

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему: РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ШКОЛИ ВИВЧЕННЯ
НІМЕЦЬКОЇ МОВИ «INSTITUT ROMMEL»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0220-з
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Єлизавета Костянтинівна Чехун

Керівник: викладач кафедри дизайну,
PhD _____ Тетяна ГЕОРГАДЗЕ

Рецензент: доцент кафедри дизайну
к. пед. н. _____ Ганна БРЯНЦЕВА

Запоріжжя

2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки і психології
Кафедра дизайну
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
_____Ганна ЧЕМЕРИС
«_____» _____ 20__ року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Єлизаветі Костянтинівні Чехун

1. Тема роботи: Розробка *айдентики школи вивчення німецької мови «Institut Rommel»* науковий керівник роботи PhD Георгадзе Т.О. затверджені наказом ЗНУ № 235-с від 05.02.2024
2. Строк подання студентом роботи: 27.05.2024.
3. Вихідні дані до роботи: сайт «Institut Rommel», власний досвід проходження курсів у цій школі, інформаційні плакати на стінах школи.
4. Зміст пояснювальної записки: Освіта в умовах сьогодення; Брендинг для закладів освіти; «Institut Rommel» та розробка брендингу.
5. Перелік графічного матеріалу: презентація, демонстраційна графіка.
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: 16.10.2023.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	Призначення керівника, затвердження теми.	Жовтень	
2	Передпроектне дослідження, аналіз діяльності замовника, його цільової аудиторії.	Листопад - Грудень	
3	Подання тез, участь у міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи» (Запоріжжя, 26-27 жовтня 2023 р.).	Жовтень	
4	Подання тез, участь у II Міжнародній науково-практичній конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» (м. Запоріжжя, 12 грудня 2023 р.).	Грудень	
5	Пошукові, ескізні роботи, створення варіантів емблеми, оформлення різних інформаційних та рекламних носіїв, створення брендбуку, написання тексту пояснювальної записки.	Січень – Квітень	
6	Усунення зауважень, врахування рекомендацій наукового керівника. Чистове оформлення роботи.	Квітень - Травень	
7	Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі, виправлення помилок	06.05.2024	
8	Проходження нормоконтролю. Рецензування кваліфікаційної роботи. Отримання рецензії	16.05.2024	
9	Подання роботи на антиплагіат-перевірку Unichек. Отримання довідки про перевірку.	20.05.2024	
10	Подання роботи і рецензії науковому керівникові на підготовку відгуку. Написання відгуку керівником.	23.05.2024	
11	Отримання допуску до захисту. Подання всіх друкованих та електронних матеріалів кваліфікаційної роботи на кафедру. Розміщення тексту роботи у репозитарії ЗНУ.	27.05.2024	
12	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.	30.05.2024	

Студент

(підпис)

Єлизавета ЧЕХУН

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

(підпис)

Тетяна ГЕОРГАДЗЕ

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

Ганна ЧЕМЕРИС

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Чехун Є. К. Розробка айдентики школи вивчення німецької мови «Institut Rommel»: кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник, PhD, Т.О. Георгадзе. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 69 с.

UA : Робота викладена на 69 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 46 джерел. Об'єкт дослідження: айдентика для закладів освіти. Предмет дослідження: роль брендингу для закладу освіти, зокрема для школи вивчення німецької мови «Institut Rommel» Мета дослідження: розробити айдентичку для школи вивчення німецької мови «Institut Rommel», за допомогою Adobe Photoshop, Adobe Illustrator та Adobe InDesign, Figma.

Ключові слова: графічний дизайн, айдентика, логотип, вектор, геральдика, іноземна мова, освіта.

Chekhun Ye. K. Development of the Identity of the «Institut Rommel» German Language School : Bachelor's thesis, specialty 022 «Design», Educational and Professional Program «Graphic Design» / Sci. adv. PhD, Heorhadze T. O. Zaporizhzhia: ZNU, 2024. 69 p.

EN : The work is presented on 69 pages of printed text. The list of links includes 46 sources. Object of research: identity for educational institutions. Subject of research: the role of branding for an educational institution, in particular for the German language school «Institut Rommel». The purpose of the study: to create an identity for the German language school «Institut Rommel» using Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Figma.

Key words: graphic design, brand identity, logo, vector, heraldry, foreign language, education.

Апробація кваліфікаційної роботи:

1. Чехун Є. К., Георгадзе Т. О. Розробка фірмового стилю для мовних шкіл. *Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи* : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 26–27 жовтня 2023 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. – Запоріжжя: Видавництво Хортицької національної академії, 2023, С. 742–744.

2. Чехун Є. К., Георгадзе Т. О. Етапи розробки логотипу для мовної школи. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології* : матеріали II міжнародної науково-практичної конференції, (12 грудня 2023 р.) / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Том 2, С. 121–125. DOI: 10.5281/zenodo.10372285

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ I ОСВІТА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	9
1.1. Освіта, її значення та види.....	9
1.2. Поняття мовної школи, її роль у житті людини.....	15
РОЗДІЛ II БРЕНДИНГ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ.....	24
2.1. Поняття брендингу, його роль для успіху підприємства	24
2.2. Аналіз конкурентів	28
РОЗДІЛ III «INSTITUT ROMMEL» ТА РОЗРОБКА БРЕНДИНГУ	33
3.1. Інформація про «Institut Rommel»	33
3.2. Робота над розробкою айдентики	41
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми. Швидкість та змінюваність сучасного життя потребують швидкого адаптування та прискорення процесів на всіх рівнях суспільства. Сьогодні просте надання якісних товарів та послуг вже не є достатнім. Рекламу та соціальні мережі відіграють ключову роль у підвищенні популярності бренду, формуванні довіри споживачів та визначенні показників успішності компаній.

Хоча галузь освіти вважається достатньо традиційною, консервативною, але все частіше рекламні агенції отримують замовлення від державних та приватних шкіл, організаторів курсів, гуртків на розробку брендингу, промо-матеріалів. У той час, коли пропозиція перевищує попит та немає дефіциту постачальників товарів та послуг, клієнти приділяють багато уваги вибору, дослідженню, зіставленню. Цифровізація, зростання популярності Інтернет-ресурсів та соціальних мереж потребують від навчальних закладів чіткого позиціонування та сильного бренду для залучення учнів та студентів. З огляду на вищевикладене зазначимо, що тема нашого дослідження в наступному формулюванні: Розробка айдентики школи вивчення німецької мови «Institut Rommel» є актуальною. Ця школа є приватною та надає курси вивчення німецької мови для мігрантів, що з різних причин переїхали до Німеччини. Без знання мови країни неможливо знайти місце роботи, освіти, вирішити питання у державних установах, відвідати лікаря, інтегруватися у суспільство. Саме відвідування мовної школи є першим кроком на цьому шляху. Міграція може бути політичною, туристичною, релігійною, освітньою, трудовою [29]. Через повномасштабну війну, за півтора року, з січня 2022 року до червня 2023-го, державні кордони України перетнули 50 млн разів. Із них залишили Україну 26,36 млн осіб, а в'їхали – 23,66 млн осіб [25]. За таких обставин мовні школи користуються попитом.

Загальновідомо, що для побудови кар'єри необхідно мати освіту та неперервно вчитися, підвищувати кваліфікацію. Протягом життя кожна людина

отримує знання у різних закладах та організаціях та стикається з вибором, порівнянням, пошуком саме того місця, що підходить саме для неї, виправдовує очікування та має певну репутацію та цінності. Процес освіти постійно розвивається, саме тому тема дипломної роботи є актуальною.

Реплікація образів і постійне нагадування про бренд допомагають закріпити його в свідомості людей. Застосування таких методів надзвичайно важливе, оскільки на сучасному освітньому ринку кількість конкурентних організацій зростає з кожним роком [14, с. 47].

Зазвичай брендинг складається з назви, логотипу/емблеми/графічного знаку/аббревіатури, слогану, фірмового кольору та стилю, а також посилається на основні цінності підприємства та загальний досвід, який отримує споживач, взаємодіючи з компанією — як зацікавлена особа, клієнт, підписник у соціальних мережах, переглядач рекламних матеріалів чи просто перехожий [30]. Компанія з власним сильним брендом не тільки справляє більш професійне враження, але й викликає довіру завдяки своїй відкритості та чесності. Крім того, чітке позиціонування та визначення цінностей бренду та виконання обіцянок стимулює потенційних і поточних клієнтів довіряти товарам та послугам компанії, підтримувати її, рекомендувати знайомим та залучати нових користувачів [36, с 743].

Згідно до сучасних тенденцій у графічному дизайні, з огляду на підвищення рівня цікавості до вивчення іноземних мов та вищевикладене зазначимо, що тема нашого дослідження в наступному формулюванні: Розробка айдентики школи вивчення німецької мови «Institut Rommel» є справді актуальною.

Актуальність і теоретична значущість проектної проблеми дозволяє нам визначити предмет, об'єкт та завдання дослідження.

Об'єкт дослідження — айдентика для закладів освіти.

Предмет дослідження — роль брендингу для закладу освіти, зокрема для школи вивчення німецької мови «Institut Rommel».

Мета роботи розробити айдентику для школи вивчення німецької мови «Institut Rommel», за допомогою Adobe Photoshop, Adobe Illustrator та Adobe InDesign, Figma.

Виходячи з формулювання об'єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

1. Здійснити теоретичний аналіз наукових досліджень за темою.
2. Дослідити об'єкт, описати основні поняття щодо нього;
3. Проаналізувати тенденції у сфері мовних шкіл.
4. Розкрити етапи виконання передпроектної частини: описати діяльність замовника та особливості навчання у школі вивчення іноземної мови.
5. Описати процес роботи над проектною частиною.
6. Розробити айдентику для школи вивчення німецької мови «Institut Rommel» за допомогою програм: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator та Adobe InDesign, Figma.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження було опубліковано на двох науково-практичних конференціях міжнародного рівня. Опубліковані тези доповіді «Розробка фірмового стилю для мовних шкіл» у збірнику матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи» (м. Запоріжжя, 26-27 жовтня 2023 р., с. 742–744). Опубліковані тези доповіді «Етапи розробки логотипу для мовної школи» у збірнику матеріалів II міжнародної науково-практичної конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» (м. Запоріжжя, 12 грудня 2023 р., с. 121–125).

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 69 сторінок, 12 ілюстрацій, 46 літературних джерел. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 55 сторінки. За темою роботи написано та опубліковано 2 тези доповіді на міжнародних конференціях конференції.

РОЗДІЛ I

ОСВІТА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

1.1. Освіта, її значення та види

Освітою називають процес здобуття знань, навичок, цінностей і розвитку особистості через навчання та дослідження. Завдання освіти полягає в тому, щоб підготувати людину до життя в суспільстві, розширювати його знання про навколишній світ, розвивати критичне мислення, навички спілкування, творчий потенціал та здатність до самовдосконалення.

Отже сьогодні термін «освіта» асоціюється зособливою сферою суспільного життя, унікальною системою, неповторним соціокультурним феноменом, що сприяє накопиченню знань, умінь, навичок та інтелектуального розвитку людини. Одночасно з цим основною тенденцією в процесі розвитку освіти є визнання готовності студентів не тільки до соціальної адаптації, а й до активного освоєння ситуацій соціальних змін; адаптація освітнього процесу до зростаючих запитів і потреб особистості й суспільства відповідно до культурних та національних традицій; масовий і неперервний характер освіти в кроскультурному світовому середовищі [6, с. 615].

Освіта є важливою з кількох причин:

- 1) Люди з освітою здатні вносити інновації, вирішувати складні задачі, проблеми а також розвивати науку та технології.
- 2) Освічені і кваліфіковані працівники сприяють підвищенню ефективності праці, продуктивності та конкурентоспроможності економіки підприємств та країни.
- 3) Освіта формує та розширює світогляд, розвиває таланти, навички, сприяє самореалізації, самоідентифікації та досягненню цілей.
- 4) Освічені люди зазвичай більш раціональні, толерантні, свідомі. Вони здатні гармонійно співіснувати в суспільстві.

5) Культурний розвиток, патріотизм, національно-територіальна самоідентифікація: відчуття приналежності до певної нації, знання культурних, історичних, традиційних та територіальних особливостей.

Згідно до Закону України «Про освіту» є такі види освіти:

1) «Особа реалізує своє право на освіту впродовж життя шляхом формальної, неформальної та інформальної освіти. Держава визнає ці види освіти, створює умови для розвитку суб'єктів освітньої діяльності, що надають відповідні освітні послуги, а також заохочує до здобуття освіти всіх видів.

2) Формальна освіта — це освіта, яка здобувається за освітніми програмами відповідно до визначених законодавством рівнів освіти, галузей знань, спеціальностей (професій) і передбачає досягнення здобувачами освіти визначених стандартами освіти результатів навчання відповідного рівня освіти та здобуття кваліфікацій, що визнаються державою.

3) Неформальна освіта — це освіта, яка здобувається, як правило, за освітніми програмами та не передбачає присудження визнаних державою освітніх кваліфікацій за рівнями освіти, але може завершуватися присвоєнням професійних та/або присудженням часткових освітніх кваліфікацій.

4) Інформальна освіта (самоосвіта) — це освіта, яка передбачає самоорганізоване здобуття особою певних компетентностей, зокрема під час повсякденної діяльності, пов'язаної з професійною, громадською або іншою діяльністю, родиною чи дозвіллям.

5) Результати навчання, здобуті шляхом неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в системі формальної освіти в порядку, визначеному законодавством».

«Освіта має певні складники та рівні:

1) Невід'ємними складниками системи освіти є: дошкільна освіта, повна загальна середня освіта, позашкільна освіта, спеціалізована освіта, професійна (професійно-технічна) освіта, фахова передвища освіта, вища освіта, освіта дорослих, у тому числі післядипломна освіта.

2) Рівнями освіти є: дошкільна освіта, початкова освіта, базова середня освіта, профільна середня освіта, перший (початковий) рівень професійної (професійно-технічної) освіти, другий (базовий) рівень професійної (професійно-технічної) освіти, третій (вищий) рівень професійної (професійно-технічної) освіти, фахова передвища освіта, початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти, перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, другий (магістерський) рівень вищої освіти, третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень вищої освіти, науковий рівень вищої освіти.

3) У системі позашкільної освіти та освіти дорослих (із післядипломною освітою) можуть здобуватися часткові кваліфікації» [27].

Великий тлумачний словник сучасної української мови містить наступні пояснення до слова «школа».

1) «Навчальний заклад, який здійснює загальну освіту і виховання молодого покоління; система загальної освіти, сукупність навчальних закладів; приміщення, в якому міститься такий заклад.

2) Спеціальний навчальний заклад, училище, курси і т. ін., де здобуваються професійні знання, кваліфікація.

3) Набування знань, досвіду, навичок, а також сам набутий досвід, практичні знання.

4) Система практичних методів вивчення, засвоєння чого-небудь, оволодіння чимсь.

5) Напрямок науки, мистецтва, літератури, а також суспільно-політичної думки» [21].

Початкова освіта надається у початкових школах (1–4 класи) для дітей віком від 6 до 10 років.

Базова загальна середня освіта надається у загальноосвітніх школах (5–9 або 5–11 класів) для дітей та підлітків віком від 10 до 17 років.

Повна загальна середня освіту отримують в 10–11 класах загальноосвітніх шкіл.

Також у дітей та підлітків є можливість отримати позашкільну освіту. Це можуть бути освітні програми, які проводяться поза межами шкільних закладів і можуть включати курси, тренінги, гуртки, спортивні секції тощо.

Професійно-технічна освіта спрямована на підготовку фахівців у різних професійних галузях. Цей вид освіти надають технічні школи, коледжі, училища, де надаються теоретичні та практичні навички і знання.

Вища освіта надається в університетах, академіях, інститутах, коледжах та інших вищих навчальних закладах після закінчення повної загальної середньої освіти. Включає бакалаврські, магістерські та докторські програми.

Під додатковою освітою розуміють ті види освітніх програм, які надаються для поглиблення знань, розвитку навичок або здобуття нових вмінь у різних галузях або для конкретних цілей. Додаткова освіта є однією з форм післядипломної освіти, спрямованою на тих людей, хто вже має базову вищу освіту, але потребує додаткової висококваліфікованої підготовки з певних причин. Слухачі зосереджуються на вивченні лише обраних дисциплін у вузькоспеціалізованій практичній сфері [10].

Види освіти в Україні можна класифікувати за джерелом фінансування на такі основні категорії:

1) Державна освіта — це освітні заклади та програми, які фінансуються з державного бюджету. «Держава забезпечує безоплатність дошкільної, повної загальної середньої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти відповідно до стандартів освіти. Фінансування закладів, установ і організацій системи освіти здійснюється за рахунок коштів відповідних бюджетів, а також інших джерел, не заборонених законодавством (ст. 53 Конституції України; ст. 4, ст. 78 Закону України «Про освіту»)» [30]. Вони зазвичай безкоштовні для учнів та студентів, і держава забезпечує фінансування витрат на заробітну плату вчителів, навчальний процес та інфраструктуру шкіл.

2) Приватна освіта — це освітні заклади та програми, які фінансуються за рахунок приватних коштів, включаючи плату від учнів, благодійних внесків, спонсорської підтримки та інших джерел. Приватні школи можуть надавати

спеціалізовані програми або додаткові послуги, але вони зазвичай вимагають від учнів плати за навчання.

3) Фінансування деяких закладів освіти має комбінований підхід. Це означає, що кошти надходять з місцевих бюджетів, державного бюджету, а також приватних коштів [37]. Наприклад, може існувати державно-приватне партнерство для підтримки спеціалізованих проектів або програм.

4) Існують також інші форми фінансування. До цієї категорії можуть входити освітні програми, які фінансуються за рахунок міжнародної допомоги, грантів, корпоративної підтримки та інших незвичайних джерел.

Але таке розмаїття навчальних закладів було доступно людям не завжди.

За словами літописців, князь Київський Володимир Великий «почав брати у визначних людей дітей й давати їх у книжну науку». При кафедральних церквах було утворено перші школи, де вчителями й вихователями ставало освічене духовенство. У школах вчили читати, писати й рахувати. Основними книгами в школах були богослужбні книги, найчастіше Псалтир. Порядок навчання передбачав спершу освоєння абетки, потім окремих складів, слів, після цього йшло читання прози і поезики, в кінці вивчали граматику, числа. В математиці обмежувалися вивченням чотирьох арифметичних дій, які практично необхідні для лічби. Релігійна освіта передбачувала досконале володіння Святим Письмом, а тому була вищою за світську освіту [38].

На Волині у 1576 р. в м. Острозі князем Костянтином-Василем Острозьким була відкрита Острозька Академія — перша вища школа в Україні. У ній було сконцентровано наукові сили з Греції, Риму, Польщі та України [12].

Одним із найдавніших шкіл в Україні вважається Києво-Могилянська академія, яка була заснована у 17 столітті, у 1632 році. Крім того, існували різні типи шкіл у різні історичні періоди, включаючи парафіяльні школи, школи-інтернати, гімназії та інші.

Львівський університет у складі якого були: юридичний, медичний, теологічний, філософський факультети було започатковано у 1661 році.

Під час козацької доби в українській освіті можна побачити надзвичайну різноманітність типів та форм шкіл. Найбільш поширеними були братські школи, засновані релігійними та культурно-просвітницькими об'єднаннями українських міщан — «братствами». Донецький дослідник П. Мазур нараховує 24 школи такого типу в розглядуваний період. Козацькі (полкові) школи загальним числом 25 та козацькі січові школи були також не менш розповсюдженими та популярними [18].

Україна має багату історію в галузі освіти, і шкільна система розвивалася протягом багатьох століть.

Нова українська школа – це реформа Міністерства освіти і науки, головна мета якої полягає в тому, щоб створити школу, у якій буде цікаво та приємно навчатись, яка даватиме учням як знання, так і вміння застосовувати їх у житті.

НУШ позиціонують як школу, яку учні відвідують із задоволенням. Тут вчать критично мислити, прислухаються до їхньої думки, привчають не боятись висловлювати свої думки та судження. бути відповідальними громадянами. Навіть батьки задоволені такою зміною системи шкільної освіти, адже тут панують співпраця та взаєморозуміння [8].

Основні особливості НУШ включають:

- 1) Освіта в НУШ спрямована на розвиток критичного мислення, комунікативних навичок, вміння вирішувати проблеми у повсякденному житті замість простого запам'ятовування інформації та фактів.
- 2) Інтерактивні методи навчання, активне використання інтерактивних методів навчання, таких як групова робота, проекти, дослідження для залучення учнів до активного навчання та підвищення рівня зацікавленості.
- 3) Комбінування традиційних методів навчання та новітніх технологій (використання, Інтернету, цифрових навчальних ресурсів, обладнання).
- 4) Інтердисциплінарний підхід: НУШ сприяє інтеграції різних предметів і навчальних предметних областей, щоб створити більш цілісне розуміння знань.
- 5) Розвиток ключових навичок, що потрібні для успішної адаптації до сучасного світу (критичне мислення, розв'язання проблем, комунікація).

б) Діти з особливими освітніми потребами на рівні зі звичайними учнями мають рівний доступ до якісної освіти, адаптованої до їх потреб.

Існують також і спільні для всіх компетентностей наскрізні вміння. До них належать: ініціативність, читання з розумінням, здатність обґрунтовувати свою позицію, вміння висловлювати власну думку письмово та усно, системне, критичне мислення, вміння конструктивно керувати емоціями, творчість, здатність співпрацювати з іншими членами групи, розв'язувати проблеми, оцінити ризики, приймати рішення [21].

Ці особливості НУШ спрямовані на модернізацію шкільної освіти в Україні та підготовку учнів до викликів сучасного світу.

1.2. Поняття мовної школи, її роль у житті людини

Мовною школою називають навчальний заклад, який спеціалізується на викладанні іноземних мов. У мовних школах люди можуть вивчати різні мови, такі як англійська, німецька, французька, іспанська, китайська тощо, в залежності від програми школи.

Для дорослих мовна школа може відігравати декілька важливих ролей:

1) Мовна школа надає можливість дорослим людям вивчити нову мову або покращити свої вже існуючі вміння в спілкуванні на іноземних мовах. Це особливо корисно для тих, хто має потребу в мові для навчання, роботи, подорожей або соціального спілкування.

2) Деякі мовні школи пропонують спеціалізовані курси для дорослих, які бажають підвищити свою кваліфікацію або розвивати певні мовні навички для роботи в конкретній галузі (бізнес, медицина, туризм). У рамках шкільної освіти учні мають можливість вивчати 1 або 2 іноземні мови, але програма не передбачає поглибленого вивчення вузькоспеціалізованої мови (наприклад, англійська для юристів чи німецька для фармацевтів). Після закінчення спеціалізованого курсу у мовній школі учасник складає іспит та отримує сертифікат. Для відповідності професійним вимогам та розвитку культури

фахового спілкування, людям необхідно освоїти значну кількість нових термінів. Знання фахової термінології відображає глибину підготовки фахівця та його конкурентоспроможність на сучасному українському та зарубіжному ринку праці.

3) Вивчення іноземної мови може допомогти дорослим людям краще розуміти культуру та традиції інших країн, що сприяє розширенню світогляду та міжкультурному спілкуванню.

4) Навчання іноземної мови є частиною процесу саморозвитку для дорослих людей, допомагаючи їм розвивати мовні навички, вдосконалювати пам'ять, концентрацію та когнітивні здібності.

З цього можна зробити висновок, що мовна школа відіграє важливу роль для дорослих людей, надаючи можливість вивчення іноземних мов та розвитку мовних навичок в різних сферах життя.

Система CEFR (Common European Framework for Reference) розрізняє три категорії володіння іноземною мовою: А, В, С. Кожна з них має два підрівні: базовий А1, соціалізований А2; пороговий В1, пороговий просунутий В2; професійного володіння С1, досконалий С2. Під час перевірки оцінюються такі види мовленнєвої діяльності, як аудіювання, читання, письмо та говоріння.

Із зазначених рівнів до кожного є обов'язковою оцінка володіння лексикою (англ. vocabulary control), фонетикою (англ. phonological control), орфографією (англ. orthographic control), граматиною (англ. grammatical control) іноземної мови [13, с. 162].

Особі, яка планує відкрити курси вивчення іноземної мови, слід знати наступні аспекти:

1) Як правило власник курсів повинен володіти іноземною мовою на рівні С1, мати глибокі знання і вміння. Це може включати знання граматики, лексики та особливостей вимови. Корисно мати розуміння різних методик викладання мови та підходів до навчання, щоб адаптувати їх до потреб своїх учнів.

2) Розробити компетентну і ефективну навчальну програму, яка буде відповідати потребам учнів з різним рівнем володіння мовою так важливо, як і

охоплювати різні аспекти мови, включаючи читання, письмо, слухання та говоріння. Програма повинна бути ретельно структурованою та орієнтованою на досягнення конкретних мовних цілей.

3) Школи з високою репутацією ретельно відбирають кандидатів на посади вчителів. Вони працевлаштовують фахівців із відповідною професійною підготовкою і досвідом викладання. Окрім безпосереднього навчання, у завдання вчителя включають: звернути, сконцентрувати та утримувати увагу групи, уміти викликати прихильність до себе, зацікавити навіть найскладнішим або найнуднішим матеріалом [15].

4) Власник повинен забезпечити курси вивчення іноземної мови якісними навчальними матеріалами та ресурсами, такими як підручники, робочі зошити, аудіо- та відеоматеріали. При роботі з дітьми заняття мають проходити в більш ігровій формі, що потребує наявності спеціальних карток, малюнків, прописів і т.д. Для покращення засвоювання матеріалу в кабінетах мають бути настінні плакати, електронна дошка, магнітофон, принтер для друку роздаткового матеріалу. Власник має слідкувати за тенденціями та сучасними методиками викладання іноземної мови, щоб зробити навчання максимально цікавим та ефективним, підвищити довіру клієнтів та підвищити конкурентну спроможність своєї школи.

5) Розвиток ефективних методик навчання, які стимулюватимуть активну участь учнів та сприятимуть їхньому швидкому прогресу в опануванні мови.

6) Реклама курсів та просування є ключовими для успішного бізнесу в сучасних умовах. Важливо розвивати ефективну маркетингову стратегію та використовувати різноманітні канали комунікації, такі як соціальні медіа, реклама в Інтернеті, прямий маркетинг тощо.

7) Створення зручних та дружніх умов для навчання, що сприятимуть мотивації учнів та позитивному навчальному процесу.

8) Важливо постійно вдосконалювати програми, методики та якість навчання, просити відгуки від учнів та вчасно вносити зміни для підвищення ефективності курсів.

9) Власнику потрібно визначити та вивчити свою цільову аудиторію. Наприклад, які групи людей можуть бути зацікавлені в курсах (студенти, бізнесмени, мандрівники тощо) та їхні потреби, цілі у вивченні мови.

10) Окрім цього треба дослідити ринок та конкурентів та визначити, чому ваш курс є унікальним? Можливо, це інноваційний підхід до викладання, спеціалізовані курси для конкретних груп людей або використання нових технологій. Рекомендації задоволених учасників можуть значно допомогти школі залучити нових клієнтів.

11) Потрібно розробити докладний план курсу, включаючи програму, методи викладання, розклад занять, матеріали для учнів і так далі. Якщо школою передбачено надати сертифікат або документ про закінчення курсу, треба впевнитися, що курс відповідає стандартам.

12) Керівництво курсів має організовувати безкоштовні пробні уроки, давати можливість зацікавленим потенційним учням побувати на відкритому занятті. Це допоможе їм прийняти рішення щодо реєстрації на курс та вивчення іноземної мови, спираючись на власний досвід та враження [15].

13) Окрім вищезазначеного, організатори або менеджери школи під час розмови ознайомлюють клієнтів про умови договору, ціни, можливі способи оплати і чи буде у клієнта у певних випадках можливість повернути кошти.

14) Важливим аспектом є і підготовка викладача до занять. Існує кілька основних етапів лекції: попередня комунікація, або підготовка (обдумування лекції, аналіз теми, збір матеріалів, їх структурування, підготовка тексту лекції), комунікація (власне читання), посткомунікація, в ході якої проводиться самоаналіз лекції та підведення підсумків, коригування матеріалів лекції. Викладач має постійно аналізувати, чи вдало було проведено лекцію, чи цікавою вона була для учнів, чи виникли у них труднощі у розумінні матеріалу. Перегляд, доповнювання, оновлювання матеріалів лекцій, залучення інтерактивних вправ є важливим для якісного засвоювання теми учнями та ефективного навчання. Вдало проведена лекція є результатом тривалої систематичної підготовки.

Щоб ефективно передати слухачам важливу наукову або навчальну інформацію, стимулювати їхнє мислення, викликати інтерес і утримувати увагу протягом усієї лекції, дослідники радять володіти низкою мовних якостей. Серед них: змістовність, високий рівень науковості, логічність викладу, чітка структура, доступність, яскравість та емоційність [7, с.106].

Позашкільна освіта має безліч переваг і може бути корисною для учнів, дорослих та суспільства загалом. Ось деякі з плюсів позашкільної освіти:

1) Позашкільні програми надають учням можливість вивчати нові предмети або розвивати навички та знання у галузях, які не охоплюються шкільною програмою.

2) Багато позашкільних програм спрямовані на розвиток творчості, самовираження та індивідуальних здібностей учнів, що може відкрити для учнів нові інтереси та хобі, стати важливими для їхнього особистісного і професійного розвитку, реалізувати свій потенціал в певній справі чи сфері.

3) Позашкільна освіта допомагає учням знайти спільноту ровесників зі схожими інтересами, захопленнями, що сприяє розвитку соціальних навичок, емоційної інтелігенції, спроможності до співпраці і формуванню дружби.

4) Участь у позашкільних програмах дозволяє учням підвищити самооцінку завдяки досягненням у нових сферах або майстерності в раніше невідомих навичках. Також це сприяє формуванню таких рис характеру, як наполегливість, терпіння, визначеність, самодисципліна, мотивація, стійкість, адаптивність, стратегічне мислення [17].

5) Участь у позашкільних програмах, особливо в областях, які відносяться до майбутньої професійної спрямованості, може підвищити конкурентоспроможність при вступі до університетів.

6) У закладах позашкільної освіти люди отримують велику кількість знань за менший проміжок часу. Викладачі є практикуючими спеціалістами, котрі дають актуальні, більш практичні знання, використовують цікаві та ефективні методики навчання. Через переважно невелику кількість учасників у групі у викладачу простіше знайти індивідуальний підхід до кожного учня.

Підсумовуючи вищезазначене, позашкільна освіта доповнює шкільну освіту, даючи учням пізнати себе, розширити свій кругозір, розкрити свій потенціал у різних аспектах життя, сформувані корисні для майбутнього риси характеру, знайти нових друзів.

Після успішного завершення курсу можна отримати сертифікат чи диплом, може бути корисним для подальшого професійного розвитку, пошуку роботи або продовження навчання у закладах вищої освіти.

У зв'язку з війною, починаючи з лютого 2022 явище міграції стало набувати популярності.

Міграція — «переселення народів, людей (мігрантів) у межах країни або з однієї країни в іншу зі зміною місця проживання назавжди або на певний тривалий період» [19].

Міграція може бути політичною, туристичною, релігійною, освітньою, трудовою [45]. Починаючи з січня 2022 року до червня 2023-го, за півтора року повномасштабної війни, державні кордони України перетнули 50 млн разів. Із них залишили Україну 26,36 млн осіб, а в'їхали – 23,66 млн осіб [25]. У зв'язку з такими обставинами мовні школи користуються попитом. Незважаючи на те, що в руках кожної людини зараз смартфон, де встановлено додатки для перекладу (Google Translate, Deepl, Multitran, LEO), але процес обміну інформацією означає і розуміння того, що каже співрозмовник. Без певного словникового запасу це просто неможливо, навіть якщо людина може щось сказати на примітивному рівні, то зрозуміти відповідь навряд чи зможе.

Знання мови місцевого населення полегшує процес комунікації з корінними жителями, а також з державними установами, що є важливим для розуміння своїх прав і обов'язків, отримання необхідної допомоги та послуг. Володіння мовою сприяє легшій інтеграції в нове суспільство. Окрім цього, знання мови допомагає зрозуміти місцеві культурні норми, традиції та цінності, що відіграють важливу роль у взаємодії з оточуючими.

Знання мови може розширити можливості для знаходження роботи або отримання освіти в іншій країні. Багато робочих місць вимагають володіння

місцевою мовою для успішного виконання обов'язків. Англійською, хоч вона і є інтернаціональною мовою, володіють далеко не всі люди, особливо літнього віку. Вміння спілкуватися на мові місцевого населення дозволяє людині бути самостійною у виконанні щоденних справ, таких як покупки, медичні консультації, отримання послуг тощо. Деякі установи навіть просять приводити на зустрічі та консультації перекладача, для підвищення ефективності спілкування. Як відомо, послуги перекладача оплачуються погодинно та дорого коштують, особливо, якщо мігрант ще не має місця роботи та стабільного заробітку. Саме тому завжди вивчення мови країни є важливим.

На мою думку, вивчення іноземної мови потрібно не лише мігрантам чи учням. Це важливо та корисно і для саморозвитку. Наприклад, це дозволяє людям краще розуміти світову культуру, літературу та історію, бачити та помічати більше зв'язків між подіями в різні часи та за різних обставин.

Англійська мова стала невід'ємною частиною поняття глобалізації у 21 столітті. Вона використовується в якості мови комунікації в багатьох міжнародних компаніях, та організаціях, є основною мовою для бізнес-переговорів, укладання контрактів, торгівлі та фінансових операцій. Англійська використовується для офіційного спілкування та дипломатичних відносин між різними країнами. Вона стає у нагоді навіть в тому випадку, якщо у європейської компанії виробництво знаходиться в Китаї, а ділові партнери зі Сполучених Штатів Америки. Розмовляючи англійською, вони можуть успішно вести сумісний бізнес.

Нескладно помітити, що велика кількість наукових досліджень і технічної або просто вузькоспеціалізованої літератури публікуються англійською мовою. Це робить її обов'язковою для спілкування та співпраці в наукових та технічних галузях. Будь-який фахівець, що володіє англійською, може розширювати свої знання та мати перевагу на вітчизняному ринку праці у порівнянні з колегами, що іноземною мовою не володіють.

Англійська мова широко використовується у глобальній популярній культурі, такій як фільми, музика, книги та інтернет-контент. Це робить її доступною та привабливою для мільйонів людей різного віку по всьому світу.

Не можна забути і про явище поширення англомовних навчальних програм у вищих навчальних закладах. З цього можна зробити висновок, що у молоді є шанс вступати до європейських ВУЗів без обов'язкового знання мови країни та бути вільними у виборі місця роботи, бо багато компаній також є міжнародними та використовують англійську для корпоративного спілкування.

Мною було помічено те, що багато людей починають вчити іноземні мови за допомогою мобільних додатків:

1) Duoligo — є дуже популярним додатком для вивчення іноземних мов. Гейміфікований та сучасно розроблений, застосунок має індивідуальну графіку. З його допомогою зручно вивчати та повторювати слова, виконуючи різноманітні вправи, серед яких є також і читання, аудіювання. Прекрасно підходить для початківців.

2) Додаток Babbel надає безкоштовний доступ до курсів вивчення іноземних мов для українців. Кожен курс починається з вивчення базових слів та лексики, користувач може також попрактикувати письмо та аудіювання. Пізніше люди приступають до граматики та розмовної практики. Популярними мовами є: німецька, польська, англійська.

3) DROPS також надає українцям безкоштовний преміум-доступ на курси вивчення іноземних мов. Цей додаток підходить для тих, хто хоче розширити та вдосконалити свій словниковий запас. Недоліком є відсутність граматичних вправ та аудіювання.

4) Додаток LingQ спрямований на покращення лексики. Особливістю та цікавинкою є те, що користувачі можуть завантажити в нього пісню, книгу, фільм, пісню і вчити слова з цих матеріалів, що перетворюються на аудіо, яке користувач може послухати потрібну кількість разів для запам'ятовування.

5) Через сервіс Preply можна займатися з репетиторами та концентруватися на опрацюванні незрозумілих тем. Користувач самостійно визначає свій розклад уроків на тиждень та їх кількість [28].

Мобільні додатки можна завантажувати на смартфони та планшети, що дозволяє вивчати мови в будь-який час і в будь-якому місці, навіть коли люди знаходяться в дорозі або просто мають кілька вільних хвилин та хочуть провести час з користю.

Мобільні додатки пропонують інтерактивні вправи, змагання, марафони та ігри, які роблять процес вивчення більш захопливим та цікавим. При реєстрації користувач зазначає свій поточний рівень володіння мовою, і програма завдань адаптується до цього рівня складності, надаючи індивідуальні завдання та матеріали відповідно до його потреб та прогресу, поступово підвищуючи складність завдань. Користувач може побачити звіти про свій прогрес, включаючи кількість часу, який він витрачає на навчання, свої досягнення та помилки, які він має виправити.

Багато факторів впливають на ефективність вивчення іноземної мови через мобільні додатки. Серед них варто звернути увагу на мотивацію користувача, систематичність навчання та якість самого додатка. Вони можуть бути дуже ефективними, якщо використовуються як доповнення до інших методів вивчення, таких як заняття з викладачем, на курсах або самостійне вивчення іноземної мови за допомогою підручників та посібників.

РОЗДІЛ II

БРЕНДИНГ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

2.1. Поняття брендингу, його роль для успіху підприємства

«Брендинг — це процес планування, розробки та управління брендом, який включає створення унікального іміджу, що відрізняє компанію або продукт, послугу, особистість від конкурентів, з метою підвищення впізнаваності бренду та залучення клієнтів» [34].

Брендинг допомагає підприємствам: підвищувати прибутковість шляхом розширення асортименту товарів та поширення знань про їхні унікальні якості, підтримувати запланований обсяг продажів на конкретному ринку та реалізовувати на ньому довгострокову стратегію зі створення й закріплення у свідомості споживачів образу товару або товарної групи, впроваджуваних за допомогою колективного образу. Крім того, брендинг дозволяє передати в рекламних матеріалах і кампаніях культуру країни, області, міста, де вироблено товар, врахувати побажання та запити споживачів, для яких він призначений, а також особливості території, де він продається, а також використовувати три дуже важливих для звернення до рекламної аудиторії фактори: історичні корені, національний менталітет, сучасні реалії та прогнози на майбутнє [1, с. 11].

Основні складові брендингу включають назву, логотип, позиціонування (унікальність продукту, його цінності та переваги), атрибути бренду (якість продукту, рівень обслуговування, цінова політика), тон і стиль комунікації (спосіб, яким бренд спілкується зі своєю аудиторією через рекламу, соціальні медіа, веб-сайти та інші канали. Тон може бути формальним, неформальним, гумористичним або серйозним, залежно від цільової аудиторії та цілей бренду), символи та емблеми (конкретні образи, які асоціюються з брендом. Наприклад, це можуть бути герої або маскоти бренду), досвід користувача (UX) (включає в себе всі аспекти взаємодії клієнтів або користувачів з продуктом чи послугою бренду, включаючи дизайн продукту, обслуговування клієнтів).

Останнім часом в Україні спостерігається велика зацікавленість до брендингу, який переважно розглядається як інноваційний напрямок маркетингу. На вітчизняних підприємствах брендинг тільки починає розвиватися. Його елементи можна побачити вже і на ринку освітніх послуг. Актуальність даного дослідження визначається економічною необхідністю, оскільки конкуренція посилюється. Вона не оминає в тому числі і ринок освітніх послуг. Через це вищі навчальні заклади (ВНЗ) змушені шукати нові способи створення конкурентних переваг. Методи брендингу потенційно можуть стати перспективним напрямом конкурентної боротьби в умовах глобалізації економіки.

Концепцію брендингу вже успішно використовують зарубіжні вищі навчальні заклади і створюють конкурентні переваги своїх освітніх послуг у свідомості потенційних споживачів та зацікавлених людей. Саме з цієї причини розроблення методів застосування та просування брендингу в діяльності вітчизняних вищих навчальних закладів є перспективним напрямком та представляє великий інтерес.

У сьогоденні брендинг представляє з себе науку, що дозволяє вибудувувати довірливі довгострокові взаємовідносини з клієнтами, та, внаслідок цього, створювати відчутні конкурентні переваги. В даний час не існує єдиної загальноприйнятої методології створення довгострокових переваг для клієнтів конкретного бренду. Зарубіжні та вітчизняні вчені-маркетологи, такі, як С. С. Гаркавенко, Л. В. Балабанова, А. О. Старостіна, В. Д. Секерин, М. В. Шульгіна та ін. приділяють зазначеній проблематиці все більше уваги. Безпосередньо дослідженнями брендингу ВНЗ займаються науковці Н. А. Спіріна, Є. Дагаєва, А. Уїллер, Ф. Котлер, але більшу кількість уваги слід приділити питанням формування бренду освітнього закладу. Саме цей аспект зумовив вибір напряму дослідження [23, с. 133].

Створення візуального та вербального образу бренду є ключовим етапом в процесі брендингу. Це допомагає бренду відрізнитися від конкурентів, створювати позитивне сприйняття серед цільової аудиторії та встановлювати

емоційний зв'язок з клієнтами. Нижче наведено кроки, які можна виконати для створення візуального та вербального образу бренду:

1) Зрозуміти місію, цінності та цілі бренду. Це допоможе визначити, який образ найкраще відображає бренд і повертає цільову аудиторію.

2) Важливо визначити та дослідити цільову аудиторію, їхні потреби, цінності, особливості поведінки. Це допоможе створити образ, що буде привабливим для аудиторії.

3) Розробка логотипу, кольорової схеми, типографії та інших візуальних елементів, які будуть представляти бренд. Важливо, щоб ці елементи були консистентними та відображали місію і цінності бренду.

4) Створення вербального стилю включає розробку продукції для аудіального сприйняття бренду, тобто всього того, що люди можуть почути або прочитати: наймінгу, слогану та дескриптору, унікального голосу бренду, скриптів в точках продажу та тональності комунікації. Вербальні елементи правильно працюють тільки в системі з елементами фірмового стилю. Це допомагає відобразити суть компанії чи продукту, викликати довіру та потрібні асоціації з брендом [4]. Вербальний стиль має відображати особливості бренду, викликати у потенційних клієнтів певні почуття та бути привабливим для цільової аудиторії.

5) Після створення візуального та вербального образу важливо перевірити їх ефективність серед цільової аудиторії та вносити корективи відповідно до отриманих результатів.

6) Візуальний і вербальний образ повинні бути взаємопов'язаними, доповнювати один одного, а також використовуватися у всіх рекламних аспектах бренду.

Створення візуального та вербального образу бренду — це складний процес, який вимагає ретельного планування, аналізу. Але якщо все виконати правильно, це може стати важливим фактором успіху та розвитку бізнесу.

Сильний бренд може значно підвищити успішність курсів вивчення іноземної мови наступним чином:

1) Якщо певний навчальний заклад відомий серед закладів освіти на певній території, це сприятиме довірі до нього серед потенційних учасників. Люди будуть більш схильні пройти навчання саме там, якщо вони впевнені у компетентності та якості надання послуг.

2) Сильний бренд може створити емоційний зв'язок з аудиторією, що робить навчальний заклад більш привабливим. Люди можуть відчувати певну приналежність або ідентифікацію з цим брендом, його метою та цінностями, що спонукає їх обирати саме ці курси.

3) Якщо курси відомі своєю високою якістю навчання, то це буде перевагою в очах учнів. Репутація може дати впевненість, що вони отримають якісні знання та підтримку під час навчання та підвищити лояльність. Лояльність є визначенням довіри. Клієнти схильні звертати увагу на певний бренд серед конкурентів. Лояльність означає як рішення про першу покупку, так і про повторні покупки. Перша покупка свідчить про те, що споживач зацікавився контентом і обрав продукт цього бренду. Повторні покупки вказують на те, що споживачеві сподобався сам продукт, що підвищує ймовірність того, що він стане постійним клієнтом [9, с.16].

4) Сильний бренд має більше можливостей для маркетингу та просування своїх курсів. Рекламні кампанії можуть мати успіх і досягати більшої аудиторії через впізнаваність та авторитет бренду курсів вивчення іноземної мови.

5) Бренд може відкривати нові можливості для розвитку бізнесу. Керівництво курсів може пропонувати додаткові послуги або пропонувати свої курси на нових ринках під вже впізнаваним брендом.

Підводячи підсумок, сильний бренд значно впливає на шанси курсів іноземної мови досягнути успіху шляхом підвищення почуття довіри та авторитету, створення емоційного зв'язку з аудиторією, підвищення якості запропонованих послуг та репутації, маркетингових переваг і створення нових можливостей для розвитку.

2.2. Аналіз конкурентів

Сьогодні як графічний елемент фірмового стилю в корпоративній культурі школи використовуються як емблеми так і логотипи. Цей висновок є результатом проведених досліджень фірмової символіки закладів освіти по всьому світі. Емблема виконує інформативну функцію в корпоративній культурі школи, передаючи графічною мовою за допомогою символів передає ідеї, цінності, а також напрями діяльності закладу освіти. Як спрощений варіант оригінального зображення емблеми або зображення повної чи скороченої назви школи, логотип часто можна побачити в дизайні шкільного костюму, на фірмових аксесуарах школи та на канцелярському приладді. Дизайн фірмових елементів закладу освіти, його візуальна ідентифікація та інформативність можуть бути реалізовані за допомогою кольору, форми, символіки тощо.

Проведені дослідження емблем закладів освіти країн Північної Америки, Європи, Австралії, Азії та Африки дали результат, що емблеми можна виокремити за такими типами: біонічні, геометричні, текстові, комбіновані. За кольором шкільні емблеми бувають одноколірні, двоколірні, триколірні та багатоколірні (чотири-п'ять кольорів). Поширені кольори в дизайні емблем закладів освіти це контрастні комбінації чистих кольорів – білого, синього, червоного, зеленого, жовтого або чорного. За формою емблема може бути круглою, квадратною, трикутною, ромбовидною, гербовою та нестандартної форми. Символи, що найчастіше використовуються в емблемах – аніمالістичні, рослинні та предметні [2, с. 40].

Ліга плюща (англ. Ivy League) — об'єднання восьми найстаріших та найпрестижніших американських університетів (Дартмутський коледж, Пенсильванський університет, Колумбійський університет, Браунський університет, Гарвардський університет, Корнелльський університет, Єльський університет, Принстонський університет). Назва ліги пов'язана з гілками плюща, які обвивають старі будівлі у цих університетах (рис. 2.1) [16].



Рисунок 2.1 — Університети Ліги плюща

Ці університети прагнуть зберігати свою традиційну ідентичність, використовуючи символіку, кольори та гасла, що відображають їхню історію, цінності та досягнення. Вони є гідним прикладом використання фірмового стилю у сфері освіти. Багато вчених, політиків і бізнесменів вдаються до того, щоб наповнити свій гардероб різноманітними предметами одягу, які відзначають їхню приналежність до цих освітніх установ. Серед таких атрибутів можна виокремити краватки в університетських кольорах, значки, запонки та защіпки для краваток із гербами їхніх навчальних закладів, а також інші виразні елементи.

Персні випускників медичного факультету Гарвардського університету відомі у всьому світі. Їх часто згадують у кіно та літературних творах. Пацієнт зазвичай залишається спокійним та впевненим в тому, що потрапив на прийом до експертного фахівця, побачивши такий перстень на пальці лікаря, який отримав якісну медичну освіту у престижному навчальному закладі. У лацкані піджака адвоката, гарвардський значок є гарантією якісно та успішно проведеного судового процесу.

Навіть поверхневий аналіз відображає, що основними знаками символіки вищої освіти є саме геральдичні символи. Герби звертають та концентрують увагу глядачів на давності заснування та надійності ЗВО, їх відданості традиціям, експертності, успіху, ґрунтовності і глибині знань. Це досягається шляхом успадкування історичних або створенням нових гербів.

Емблематичне зображення асоціюється з солідністю, стабільністю та респектабельністю. Герб є однією з вищих форм, яке має певні особливості його зображувальної форми [22, с. 3].

Окрім аналізу емблем навчальних закладів, що використовують геральдику, для мене було важливим переглянути логотипи шкіл, що надають послугу вивчення німецької мови для мігрантів, особливо інтеграційні курси (A0–B1). Наприклад, «Dialogue» — Bodensee Sprachschule GmbH, «GLS» — German Language School, «TANDEM» language school Munich, «ALPADIA» Berlin GmbH, «Influent» Language Immersion, meya GmbH, Sprachakademie Stuttgart, bfz, Goethe-Institut, Münchner Volkshochschule, Sprachschule «Creative», Sprachinstitut «TREFFPUNKT» Bamberg GmbH, «ASCO Coburg», Sprachschule AKTIV, Volkshochschule (рис.2.2).



Рисунок 2.2 — Логотипи інших мовних шкіл німецької мови

Ці мовні школи знаходяться у різних містах Німеччина. В них мігранти вивчають німецьку мову, складають іспити та отримують сертифікати. Навчання там проводиться також німецькою мовою. Так учні вчаться сприймати німецьку на слух. Окрім цього, навіть якщо вчителі і володіють, наприклад, італійською

мовою, то з учнями із Італії вони не можуть спілкуватися італійською, бо групи змішані, в них студенти з різних країн. Решта групи просто не розуміють, про що ті спілкуються. Тому для кожного рівня вчитель адаптує рівень складності німецької для того, щоб учні могли зрозуміти та засвоїти матеріал.

Викладачі проводять уроки, на яких пояснюють граматику, лексику та інші аспекти мови. Викладання проводиться за спеціалізованими підручниками, до якого в комплекті є друкований робочий зошит та колекція аудіозаписів. Багато уваги приділяється письму та розвитку комунікативних навичок. Учні вивчають теми, пов'язані з повсякденним життям та сферою праці, навчання. Це допомагає їм навчитися використовувати мову в реальних життєвих ситуаціях. Окрім цього, учні часто отримують завдання на 2 або більше людей. Так вони вчаться працювати в команді та разом вирішувати поставлені завдання, комунікувати та співпрацювати з різними учасниками курсів.

Учні часто отримують завдання, де грають різні ролі та сценарії, щоб відтворити реальні ситуації, що відбуваються в повсякденному житті. Це допомагає відчувати себе впевнено в різних соціальних ситуаціях та розвиває навички спілкування. Наприклад, це може бути виклик швидкої, планування походу з друзями, розмова менеджера з поставником продуктів в ресторані, організація походу в кіно з друзями, виклик майстра для ремонту техніки і т.д.

Інтеграційні курси є дуже важливим кроком на шляху до вивчення мови та адаптації. Вони надають можливість вивчати мову в контексті її використання в щоденному житті та спілкуванні, допомагають учням отримати необхідні мовні навички для ефективного спілкування з місцевим населенням. Оскільки заняття проводяться по 4–5 днів на тиждень по 3–4 години щодня, то це означає, що програма дуже насичена та вимагає високого рівня зосередженості, концентрації, дисципліни. Але люди через це досягають хороших успіхів за короткий проміжок часу і стають більш самостійними.

Інтеграційні курси включають ознайомлення з культурою, традиціями, правилами, особливостями та соціальними нормами країни. Це допомагає студентам краще розуміти менталітет та спосіб життя місцевого населення,

вони надають можливість зустрічей з іншими мігрантами та місцевими жителями, що сприяє формуванню соціальних зв'язків та взаємної підтримки в новому середовищі. Не варто забувати, що процес міграції є складним та стресовим. Інтеграційні курси надають психологічну підтримку та допомагають студентам впоратися з емоційними труднощами, пов'язаними з адаптацією до нового середовища. Мігранти можуть обмінюватися досвідом один з одним, підтримувати, давати корисні поради та контакти та знаходити нових друзів.

У цілому, інтеграційні курси допомагають мігрантам не лише вивчити мову, а й успішно адаптуватися до нового середовища, розширюючи їхні можливості та покращуючи якість життя в новій країні.

РОЗДІЛ ІІІ

«INSTITUT ROMMEL» ТА РОЗРОБКА БРЕНДИНГУ

3.1. Інформація про Institut Rommel

Під час роботи над дипломним проектом школи вивчення німецької мови «Institut Rommel» (див. рис. 3.1). Це одна з найстаріших мовних шкіл для мігрантів у німецькому місті Кобург (Coburg).

Основним напрямком роботи школи є інтеграція мігрантів у широкому розумінні та викладання німецької мови, а також розвиток мовних навичок. Діти та підлітки шкільного віку, що мають міграційне минуле, не входять до цільової категорії «Institut Rommel», бо для них є спеціальні класи при школах. Учні, крім стандартної шкільної програми, мають більше годин німецької мови.

З моменту заснування навчального закладу в лютому 1984 року численні емігранти, біженці та шукачі притулку з Кобургу та околиць відвідували курси німецької мови в «Institut Rommel».

1 січня 2005 року набув чинності новий Закон про імміграцію. Повноваження Федерального відомства з питань праці були передані Федеральному відомству з питань міграції та біженців. Вперше закон впорядкував державні інтеграційні програми для іммігрантів.

З 01.01.2005 р. «Institut Rommel» регулярно організовує: загальні інтеграційні курси, курси вивчення німецької мови різного рівня (A0–B2) орієнтаційні курси, мовні іспити та підсумкові тести [45].

У 2024 році школа відзначила свій 40-річний ювілей.

«Institut Rommel» пишається досягненнями своїх студентів. Після закінчення курсів випускники розпочинають стажування або перекваліфікацію, знаходять себе у своїй професії та починають свій кар'єрний шлях у Німеччині, іноді заходять у школу для того, щоб поділитися зі своїм вчителем своїми успіхами, мають теплі спогади про час, проведений в «Institut Rommel», рекомендують школу своїм друзям і знайомим. Під час курсів люди також

мають можливість познайомитися з людьми різного походження, знайти друзів, що є дуже важливим для мігрантів у новій країні. Це все є доказом того, що викладачі «Institut Rommel» надають своїм студентам якісні послуги з інтеграції. Проходження мовних курсів є першим кроком на шляху мігранта.

Керівництво школи організувало навчальний процес як життєво-орієнтовану допомогу, яка враховує комунікативні потреби учасника. Її слоган: «Sprachen öffnen Türen» — «Мови відчиняють двері». Мовна школа знаходиться на вулиці, Mauer (з нім. — стіна). Недалеко від будівлі школи є башта Judentor, що входила до складу міської стіни.



Рисунок 3.1 — «Institut Rommel», вулиця Mauer, башта Judentor

Високий рівень якості освіти, досвідчені викладачі, строгість, консервативність високий рівень порядку, відповідальність та організованість в усіх процесах, використання ефективних методик навчання. Це лише деякі аспекти, якими славиться «Institut Rommel». Варто звернути увагу на те, що великий відсоток учнів здобувають високі оцінки під час складання іспитів на рівень володіння німецькою мовою після завершення курсів у цій школі.

Один із найбільш популярних курсів «Institut Rommel» — інтеграційний курс. Модулями називають частини навчального процесу. Їх всього шість та тривалість кожного з них становить сто годин. Всього виходить шістсот годин занять. До кінця навчального року учні, які навіть не знали алфавіту на самому

початку курсу, вже можуть самостійно записатися на прийом до лікаря, купити квиток на автобус, написати листа. Це обов'язково вийде, але лише в тому випадку, якщо учень буде старанно вчитися на заняттях та вдома, виконувати домашнє завдання, дослухатися до вказівок вчителя і не пропускати заняття.

Курс ділиться на дві частини: мовну та орієнтовну.

Спочатку навчальна програма зосереджена на вивченні німецької мови. Під час занять опрацьовуються різні теми, що стосуються повсякденного життя: знайомство, розповідь про себе, вечеря в ресторані, спілкування з друзями, відвідування лікаря, розмова по телефону, в супермаркеті, пошук житла і т.д. З цими ситуаціями іммігрант постійно стикається в повсякденному житті. Більш того, словниковому запасу, граматиці, письмовим вправам та правильній вимові приділяється основна увага.

Під час проходження орієнтовного курсу (Orientierungskurs) учні дізнаються про правову систему, культуру історії, звичаї, традиції Німеччини. Вивчення та знання своїх прав та обов'язків є важливим як для корінного населення, так і для мігрантів. Крім того, регіональні особливості, цінності демократичної системи, та інші важливі аспекти життя німецького народу є цікавими до вивчення та для того, щоб зрозуміти те, за якими правилами функціонує суспільство.

Якщо людина зацікавлена в тому, щоб записатися на інтеграційний курс, їй потрібно звернутися з документами у відомство по справах іноземців (Bundesamt für Migration und Flüchtlinge) або ж до місцевого центру зайнятості (Jobcenter). Там перевіряють, чи має мігрант право на участь в інтеграційних курсах та видають відповідний документ. Він є гарантією того, що ця організація покриває витрати на навчання цієї людини. З цим документом мігрант передивляється список всіх мовних шкіл регіону та записується на курс туди, де є вільне місце та хороші відгуки. Інтеграційний курс призначений для іммігрантів, які тільки недавно переїхали в Німеччину. Проте, навіть якщо людина живе тут вже довгий час, але вважає, що її знань німецької мови ще недостатньо, він також може відвідувати ці курси, якщо Jobcenter погодиться

профінансувати участь. Щоб влаштуватися на гарну роботу, потрібно добре володіти німецькою мовою, розуміти співрозмовника, при цьому не заглядаючи у словник за кожним словом, вміти письмово виразити свою думку [36].

Під час проходження модулів 1 і 2 учні досягають мовного рівня А1.

Зміст курсу охоплює наступні теми: встановлення контакту, особиста інформація, житло та побут, предмети повсякденного вжитку, маршрути та орієнтування, робота та дозвілля, фестивалі та свята, можливості та здібності.

Найважливішими навчальними цілями на рівні А1 є: привітання, представлення себе та інших, звертання до когось, запитування про самопочуття, висловлення згоди та незгоди, отримування та надання інформації, розуміння речень і часто вживаних виразів з областей безпосереднього повсякденного значення (наприклад, людина і сім'я, покупки, робота, найближче оточення, розклад, реклама, прості оголошення), спілкування в простих, рутинних ситуаціях, що передбачають простий і прямий обмін інформацією про знайомі та звичайні речі (наприклад, пошук дороги, дому, кафе, поточної діяльності).

Модулі 3 та 4 ведуть до мовного рівня А2. Теми, що розглядаються: їжа та напої, переїзд та домашні меблі, мода та смак, школа та кар'єра, новини, спорт та здоров'я, кар'єра та бізнес-ідеї, гумор у повсякденному житті.

Найважливішими цілями навчання на рівні А2 є: висловлення почуттів, звертання за поясненнями та порадами, прохання когось щось зробити, розуміння та реагування на повідомлення, розповідь про своє походження, освіту, професію, найближче оточення та потреби. Учасник може розуміти основні моменти, коли використовується чітка нешвидка стандартна мова і в розмові говориться про знайомі речі з таких тем, як: школи, робота, дозвілля.

Модулі 5 та 6 ведуть до мовного рівня В1. Теми, що розглядаються: реальність та побажання, країни та люди, засоби масової інформації у повсякденному житті, природа та навколишнє середовище, політика та історія, звички та досвід, культура та дозвілля, навчання, успішність та просування по кар'єрних сходах.

Найважливішими навчальними цілями на рівні B1 є: висловлення думки про важливість чогось, ведення світської бесіди, пояснення непорозуміння, скарги, укладання угод, участь у консультаціях, вміння поводити себе у повсякденних ситуаціях, висловлювання на знайомі теми, такі як сім'я, робота та особисті інтереси, повідомлення про досвід та події, опис цілей та побажань, пояснення планів та думок.

Наприкінці мовного курсу учасники мають змогу скласти іспит «Deutsch-Test für Zuwanderer» («Тест з німецької мови для мігрантів») [44].

Орієнтаційний курс проходить після мовного курсу. Він складається зі 100 уроків і завершується тестом «Leben in Deutschland» («Життя в Німеччині»).

Відповіді на запитання щодо курсу можна отримати подзвонивши в «Institut Rommel», написавши електронного листа чи особисто прийшовши у секретаріат. Реєстрація на курси можлива тільки фізично у секретаріаті школи.

Серед учнів «Institut Rommel» є також і люди похилого віку.

Під час досліджень функцій людського мозку вчені з університету Единбурга довели, що вивчення іноземної мови має позитивний вплив на мозок, навіть якщо почати цим займатися в дорослому віці. Результати дослідження показали, що ті люди, які володіють двома та більше мовами, мають більш розвинені пізнавальні здібності. Це простежується особливо у читанні та у загальній кмітливості.

Це твердження є однаково правильним як для тих, хто вивчив другу мову до 1вісімнадцяти років, так і для тих, хто опанував її у більш старшому віці.

Під час проведення попереднього дослідження, було поставлено запитання, чи має вивчення другої мови позитивний вплив на когнітивні функції, чи люди з більш розвиненими пізнавальними здібностями просто є більш схильними до того, щоб володіти двома мовами.

Крім того було доведено, що двомовність затримує розвиток такого захворювання, як деменція, на кілька років.

За словами професора Томаса Бака з університету Единбурга, дослідники виявили особливу структуру мислення у людей, що приймали участь в досліді:

у них покращувалася увага, концентрація та побіжна мова. Ці зміни пояснюються не загальною розумовою розвиненістю, а саме вивченням другої іноземної мови.

«Отримані результати мають значну практичну цінність, — переконаний професор Бак. — Мільйони людей по всьому світу вивчають другу мову в дорослому віці. Наше дослідження показує, що двомовність, у якому б віці не вивчалася мова, може позитивно вплинути на старіючий мозок» [39].

Вивчення іноземної мови може мати значний вплив на літніх людей з різних точок зору, включаючи когнітивний, соціальний та емоційний аспекти.

Вивчення нової мови стимулює мозкову активність, сприяючи збереженню та покращенню когнітивних функцій. Дослідження показують, що вивчення мови може зменшити ризик розвитку неврологічних захворювань, таких як деменція та Альцгеймера, а також покращити пам'ять, увагу та інші когнітивні навички.

Окрім цього, вивчення іноземної мови може відкрити для літніх людей нові можливості для спілкування з іншими людьми, особливо з корінним населенням. Це може збільшити їх соціальну активність та допомогти відчувати себе більш інтегрованими в суспільство.

Досягнення успіхів у вивченні мови може підвищити самооцінку та самоповагу літніх людей. Також вивчення мови може відкрити для них можливості для подорожей та взаємодії з іншими культурами, що може стимулювати позитивні емоції та почуття задоволення.

У цілому, вивчення іноземної мови може бути важливим і корисним заняттям для літніх людей, що сприяє покращенню їхнього фізичного та психологічного благополуччя.

Після складання іспиту учасники отримують сертифікати, де вказано оцінки за аудіювання, читання, письмо та говоріння (див. рис. 3.2).

В Німеччині є окремі організації, що проводять тестування після закінчення курсу та видають учасникам сертифікати. Це означає, що школи не розробляють тести самостійно:

Види сертифікатів можуть бути різними:

1) Goethe-Zertifikat — сертифікат Goethe від Goethe-Institut є одним із найвагоміших доказів вашого мовного рівня. Сертифікати пропонуються на всіх рівнях від А1 до С2 . Вони розрізняють учнів таким чином:

Початківці: люди, які загалом цікавляться німецькою мовою та хочуть продовжити свою освіту, можуть звернутися до «Fit for German».

Працюючі люди : люди мають можливість покращити свої мовні навички під час роботи.

Гете-Інститут пропонує також GDS (Великий німецький мовний диплом), який орієнтований на тих, хто володіє німецькою мовою, який уже майже на рівні носія мови. З цим сертифікатом, який класифікується на рівні С2, випускники мають можливість не лише навчатися в Німеччині, але й проводити дослідження та працювати вчителем у німецьких школах. Однак цей іспит є дуже об'ємним, оскільки інститут виділяє загалом близько 3 з половиною годин на 4 компоненти: читання, письмо, аудіювання та усне мовлення . Якщо у вас є більш конкретні запитання щодо пов'язаних витрат, ви можете звернутися до вибраного вами тестового центру.

2) Deutsch-Sprachprüfung für den Hochschulzugang (Тест з німецької мови для вступу до ВНЗ). Якщо іноземці зацікавлені в навчанні за кордоном у Німеччині, у більшості випадків їм не уникнути необхідного мовного сертифікату. Ось чому тест з німецької мови для вступу до університету пропонує цей тест для іноземних абітурієнтів, які вже мають вступ до університету.

У цьому тесті люди отримують завдання з читання, розуміння на слух і письма, але з більш сильним зв'язком з науковою мовою. Результати наводяться у відсотках, і випускник класифікується за діапазоном рівня. З трьох різних рівнів DSH-1, DSH-2 і DSH-3 перший є найлегшим. Після досягнення рівня DSH-2 (67%) випускник може вступити майже на будь-який курс навчання, оскільки це означає, що він/вона буде прийнятий майже до всіх німецьких університетів.

3) Майбутні студенти можуть скласти TestDaF на рівнях B2 до C1. Визнається німецькими коледжами та університетами. Кандидати мають можливість пройти його в Інститутах Гете, університетах і мовних школах по всьому світу. Це робить TestDaF найпростішим іспитом для майбутніх іноземних студентів з точки зору доступності, доступності та гнучкості.

4) Також широко поширений telC, який пропонує сертифікати різних рівнів від A1 до C2. Постачальник мовних тестів також враховує ваш особистий стиль навчання. Вони також розробляють спеціальні іспити залежно від особистої спеціалізації, наприклад, для професій в галузі охорони здоров'я. Ці іспити можна здавати в освітніх центрах і мовних школах.

6) Deutshtest für Zuwander:innen (Тест з німецької мови для іммігрантів) актуальний для іммігрантів, які прибувають до Німеччини з-за меж Європейського Союзу. Фактично, за допомогою цього іспиту в Німеччині ви повинні бути в змозі підтвердити знання мови на рівні B1. Однак офіційні інтеграційні курси навчають людей та готують їх до цього іспиту [43].

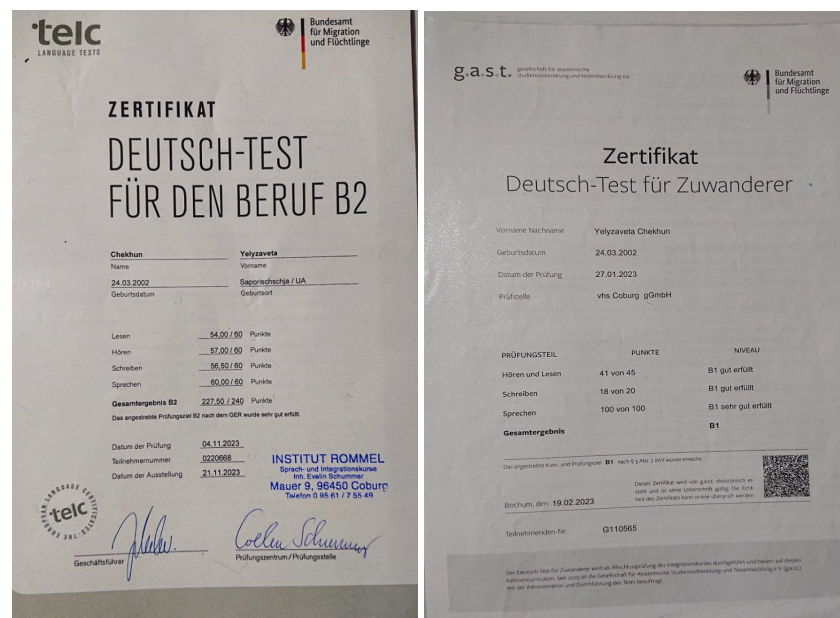


Рисунок 3.2 — Фото сертифікатів після проходження курсів(зліва— Тест з німецької мови B2, орієнтований на роботу, справа — Тест з німецької мови для іммігрантів з рівнем B1)

Іспит Deutsch-Test für Zuwanderer оцінюють у 175 балів. З них аудіювання — 23, читання — 35, письмо — 40 і усна частина — 75 балів. Для складання

модуля говоріння необхідно набрати мінімум 35 балів. Вступна бесіда оцінюватися не буде.

Екзаменаційний центр, у якому проводився іспит, надсилає кандидатам його результати та свідоцтва захищеними каналами в найкоротші терміни.

Екзаменаційні внески встановлюються екзаменаційним центром і мають бути сплачені кандидатами у встановлений термін.

Технічні засоби та інші пристрої, придатні для запису, відтворення або передачі даних, не можна брати із собою в аудиторію.

Оцінювання результатів іспиту проводиться двома авторизованими екзаменаторами. Спочатку екзаменатори оцінюють результати роботи незалежно один від одного, а потім спільно визначають підсумкову оцінку під час оціночної дискусії. Спроба кандидатів на іспитах зробити конфіденційний зміст іспитів доступним для третіх осіб призведе до виключення їх з іспиту [46].

Після проходження курсів люди починають шукати роботу, місце навчання. Сертифікати після проходження курсів німецької мови є дуже важливими для керівництв підприємств. Сертифікат про закінчення мовних курсів свідчить про те, що кандидат успішно пройшов навчання та має певний рівень знання мови. Для багатьох роботодавців це є важливим підтвердженням того, що кандидат може ефективно спілкуватися німецькою.

У багатьох випадках наявність сертифіката про закінчення мовних курсів може виділити кандидата серед інших претендентів на певну посаду. Роботодавці шукають працівників, які можуть швидко та ефективно адаптуватися до мовного середовища, а сертифікат є одним із способів продемонструвати ці здібності.

3.2. Робота над розробкою айдентики

Під час роботи над дипломним проектом особливу увагу було приділено аналізу школи вивчення німецької мови «Institut Rommel» її пріоритетам, цінностям, традиціям, порядку, позиціонуванню, місії. Також було проведено

аналіз конкурентів, серед яких — школи, які проводять курси для вивчення німецької мови. Акцент був на їх логотипах та ідентичності.

Оскільки я сама проходила курси німецької B2 при «Institut Rommel», мною було проаналізовано риси характеру директорки школи Евелін Шуммер (Evelin Schummer), викладачів школи, особливості їх поведінки, риси характеру, звички. Було коротко опитано учасників курсів, їхні життєві історії, їхні плани та побажання на майбутнє, причини переїзду до Німеччини. Також я робила для себе відмітки щодо приблизного віку та країни походження учнів, щоб краще розуміти ситуацію.

На початку було обдумано за основу логотипу взяти форму літери «R» (Rommel — прізвище засновника). Після цього було виконано скетчі асоціацій з навчальним процесом на папері (рис. 3.3). Ескізування допомагає візуалізувати ідеї і концепції на папері, дає змогу експериментувати з різними ідеями та швидко знайти найбільш вдале рішення.



Рисунок 3.3 – Скетчі логотипу

Потім було вирішено створити герб із використанням геральдики. Геральдика є історичною дисципліною, що вивчає герби, історію їх виникнення та розвитку. Слово «геральдика» (з лат. heraldus — оповісник). Спеціалісти припускають, що коріння геральдики походить від німецького слова «herald», що означає «ветеран», як називали в Німеччині в середні віки доблесних воїнів,

яких запрошували як почесних гостей і суддів на різні урочистості, зокрема на турніри; або старонімецьке — *haru (o) walt*, тобто «знати», «управляти», «розпоряджатися». «Герольди — розпорядники середньовічних лицарських турнірів. Вони розробляли і стверджували систему спеціальних правил і термінів, що лежать в основі сучасної геральдики» [20, с. 4, 5]. Герби розроблялися за спеціальними правилами геральдики, основне їхнє призначення полягало в тому, щоб виокремити власника (конкретної особистості, роду, міста, навчального закладу) серед конкурентів.

Після етапу створення ескізів на папері було розпочато процес створення гербу школи (рис. 3.4) у векторному графічному редакторі Adobe Illustrator.

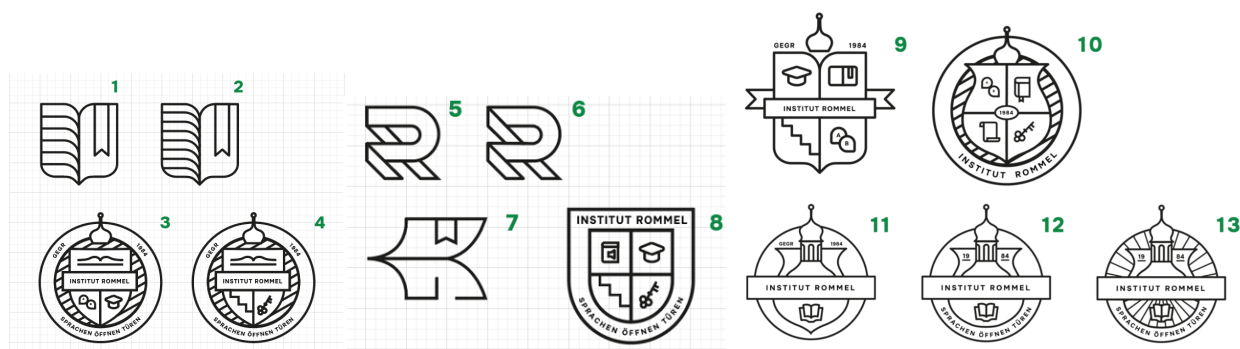


Рисунок 3.4 — Варіанти логотипів, що було розроблено

Фінальна версія (рис. 3.5) поєднує:

- 1) Назву школи «Institut Rommel»;
- 2) Judentor — башта, частина міської стіни, що знаходиться поруч з будівлею школи;
- 3) Коло — символ нескінченності, вічності, гармонії, єдності, цілісності, повноти, рівності (всі його точки розташовані на однаковій відстані від центру);
- 4) Рік заснування школи — 1984, розділений на 2 частини для утворення симетрії та розміщений на щиті;
- 5) Книгу, як символ знань, мудрості та процесу навчання, інтелектуального розвитку, самовдосконалення, пам'яті і історії, оскільки вона зберігає і передає знання, досвід та культурні цінності, а також відкриттів і нових можливостей;
- 6) Слоган школи — «Sprachen öffnen Türen» — «Мови відчиняють двері»;

7) Сонячні промені, розташовані зверху, символізують відкриття нових можливостей у житті, енергію та життєву силу, внутрішній потенціал, здатність до росту та розвитку, знання і просвітлення. Вони відображають освіченість думок, розуміння та інтелектуальний розвиток, ідею правдивості та відкритості.

Кінцевий варіант емблеми містить всю основну інформацію про школу, Judentor, книгу, підкреслює статус школи та залишається мінімалістичним.



Рисунок 3.5 — Фінальна версія емблеми «Institut Rommel»

На емблемі було використано гарнітуру Onest накреслення Bold.

Onest виконана як гібрид геометричних і гуманістичних гротесків з ідеями модерністичних неогротесків кінця 20-ого століття.

Onest зручна для читання довгих текстів з екранів будь-яких пристроїв і рекомендується для додатків і сайтів. Літери легко розрізняються навіть при невеликих розмірах, тому їх можна використовувати в елементах інтерфейсу або навігації. Попри всю свою універсальність, Onest дозволяє тексту зберігати свою індивідуальність. Все завдяки альтернативним символам, які задають тон і навіть характер повідомлення.

Характерні для німецького алфавіту літери «ö», «ü», «ä», «ß» входять до бази літер Onest та є доступними для використання, що є важливим, оскільки школа спеціалізується на вивченні саме німецької мови.

Dmitri Voloshin й Kudryavtsev Andrey є творцями гарнітури Onest. Вона є безкоштовною як для особистого, так і для комерційного використання. Можливості та сфери використання Onest суттєво розширює значна кількість

доступних гліфів [42].

Під час роботи над розробкою емблеми було здійснено спробу зробити її більш кольоровою, зафарбовуючи внутрішні елементи форм та контури у помаранчевий колір (рис. 3.6), проте в якості кінцевого варіанту було вирішено залишити герб школи у чорно-білому варіанті. Це сконцентрує увагу глядачів на силуеті та зробить логотип більш лаконічним, універсальним для нанесення на поверхні різного кольору [31 с. 122-125].

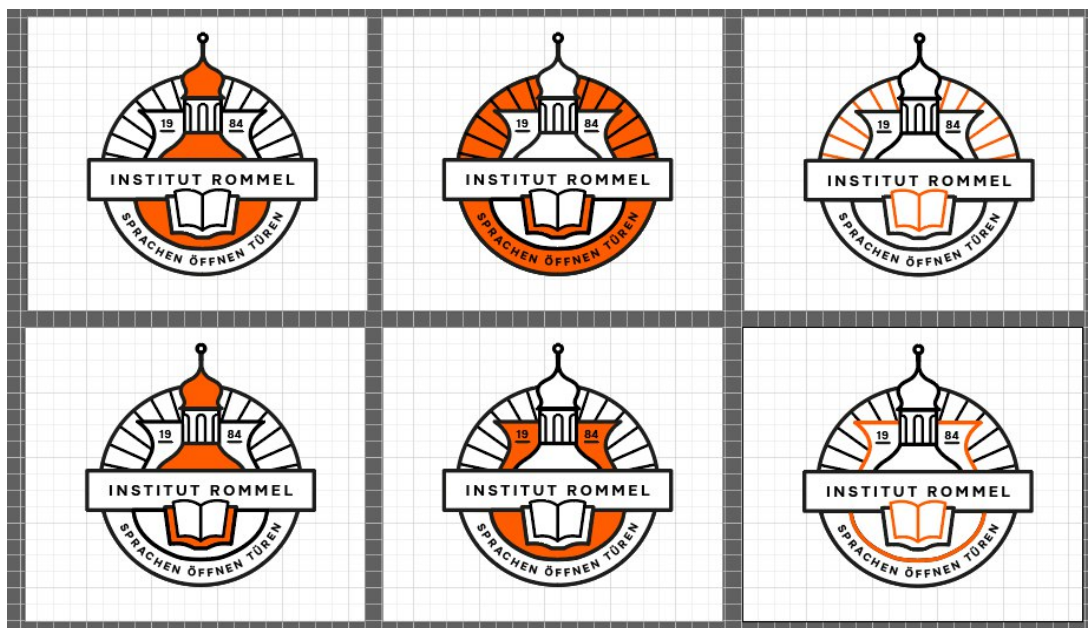


Рисунок 3.6 — Спроба зафарбувати елементи емблеми у помаранчевий

Додатковим фірмовим кольором було обрано помаранчевий з кодом #e9521d. Помаранчевий колір має декілька символічних значень в дизайні, і він часто асоціюється з енергією, теплотою, радістю та життєвим оптимізмом. Ось деякі з його основних символічних значень:

1) Помаранчевий колір часто сприймається як енергійний та жвавий. Він може викликати відчуття динаміки та руху, що робить його популярним в рекламних та маркетингових матеріалах.

2) Помаранчевий асоціюється з теплотою, комфортом та затишком. Це робить його популярним у сферах, пов'язаних зі здоров'ям та благополуччям.

3) Цей колір часто викликає відчуття радості та веселощів. Він може додати відчуття життєвого задоволення до дизайну, що робить його популярним у дитячих та розважальних продуктах.

4) Помаранчевий колір може стимулювати мозкову активність та викликати почуття ентузіазму. Він часто використовується в сферах освіти та спорту для стимулювання уваги та мотивації.

У сфері освіти помаранчевий колір часто використовується через його асоціації з енергією, радістю та активністю. Він сприяє концентрації уваги учнів, стимулює їхній інтерес, а також мотивацію до навчання. Окрім цього, він створює відчуття теплоти та затишку, що важливо для психологічного комфорту учнів у навчальному середовищі.

Велику частину роботи над проектом було виконано у Adobe Illustrator. «Це професійний графічний редактор для створення та редагування векторної графіки від компанії Adobe. Спочатку програму було створено для Apple Macintosh, розробка почалася 1985 року. Разом з Creative Cloud, який пропонував перехід Adobe на щомісячну або річну підписку, що надається через інтернет, було випущено Illustrator CC» [39].

За допомогою Illustrator можна створювати логотипи, дизайни пакувань, комп'ютерну графіку, ілюстрації та багато чого іншого. Це програмне забезпечення також дає змогу редагувати їх із професійною точністю та користуватися функціями, що прискорюють процес, заощаджують час. Перевагою є можливість використання графіки, створеної засобами Illustrator, у цифровому або друкованому форматі будь-якого розміру без страху стосовно викривлення пропорцій та зниження якості зображення. Все виглядатиме саме так, як було заплановано. В Illustrator можна легко створювати складні фігури, орнаменти, криві, малювати виразні лінії різноманітними видами пензлів, створювати ескізи довільної форми, дизайн шрифтів, діаграм, графіків, схем, змінювати кольори в межах макету, додавати різноманітні ефекти до фігур, підготувати та експортувати макети для друку або діджитал. Illustrator є чудовим програмним забезпеченням для створення векторної графіки, оскільки ці зображення складаються з точок, ліній і кривих, а не з пікселів. Масштаб макетів можна нескінченно збільшувати або зменшувати без розмиття та втрати чіткості. Векторну графіку можна використати в будь-якому форматі: маленькі

або дуже великі зображення в цифровому чи друкованому вигляді.

Для роботи в програмі Illustrator не обов'язково вміти малювати. Можна використовувати фігури, лінії, криві та краї для створення красивих зображень за допомогою таких функцій, як-от Конструктор фігур, навіть якщо людина ніколи в житті не малювала. Також можна спробувати шаблони з можливістю налаштування, які допоможуть швидко розпочати роботу над проектом. Можна постійно змінювати кольори, шрифти, форми й інші елементи, коли завгодно та як завгодно. Можна користуватися Adobe Illustrator на iPad, завантаживши його в App Store. Illustrator на iPad особливо стане вам у пригоді, якщо людина любить створювати цифрові малюнки природними рухами руки, наприклад за допомогою Apple Pencil [40].

Далі було виконано дизайн рекламних носіїв, канцелярських товарів та розміщено їх на мокапи (див. рис. 3.7 та див. Додаток А). Це було виконано засобами Adobe Photoshop.

Оформлення канцелярії відображає стиль та ідентичність бренду через використання корпоративних кольорів, логотипу та графічних елементів. Це допомагає створити єдність у візуальному представленні бренду, може використовуватися як рекламний матеріал, який підсилює впізнаваність бренду серед клієнтів та споживачів.

Гарно оформлена канцелярія підвищує професійний вигляд бренду в очах клієнтів, партнерів та співробітників. Це сприяє створенню враження надійності, якості та серйозності. Це також викликає позитивні емоції та підвищує лояльність.

Канцелярія, яка містить логотип та контактну інформацію, може стати ефективним інструментом розповсюдження бренду, оскільки вона може бути використана в повсякденному житті та роботі, а також передаватися іншим людям. Вона також може містити контактну інформацію підприємства, що позбавляє людей від необхідності її пошуку в Інтернеті, що також є дуже зручною особливістю. На рис. 3.7 можна побачити оформлені: візитну картку, конверт, документ-запрошення на курс, папку для документів та ручку.

Мокапи дозволяють візуалізувати ідеї та концепції фірмового дизайну в реальному контексті. Це допомагає дизайнеру та клієнтам краще уявити, як буде виглядати фінальний продукт.

Мокапи є візуально привабливими і ефективними інструментами для презентації фірмового дизайну. Вони допомагають краще передати ідеї та переконати аудиторію, дозволяють зрозуміти, як сприймається дизайн та чи потребує він подальших налаштувань чи вдосконалень.



Рисунок 3.7 — Приклад оформлення канцелярії

Adobe Photoshop — це «графічний редактор, який працює переважно з растровими зображеннями, але має у своєму арсеналі деякі інструменти для роботи з векторною графікою та навіть 3D.

Перша версія Photoshop побачила світ 19 лютого 1990 року. У Фотошопу все ще немає справді серйозного конкурента».

В наш час Photoshop може використовуватися для різних завдань:

1) Photoshop знаходиться у списку основних програм практично будь-якого сучасного фотографа або ретушера та застосовується для професійної ретуші. Коли люди бачать в інтернеті або на сторінках журналів красивий портрет дівчини з ідеальною шкірою, це і є ретуш. І виконана вона, скоріш за все, засобами Photoshop.

2) Photoshop чудово поєднується з графічними планшетами, що в

комплексі із вбудованими інструментами та сторонніми плагінами створює для цифрових художників комфортне робоче середовище. Більшість цифрових картин та ілюстрацій створюється саме у Photoshop.

3) У Photoshop користувач може знайти весь необхідний функціонал для створення колажів з нуля та для використання різноманітних шаблонів, які можна знайти в Мережі та використовувати на власний розсуд, залежно від поставленого завдання та виду продукції.

4) Photoshop теж найкраще підходить для роботи з мокапами. Програма підтримує величезну кількість форматів файлів і дозволяє зручно працювати з різними видами мокапів — від сайтів і додатків до різноманітних чашок, футболок, календарів тощо [33].

Футболки та сумки є особливо важливою складовою брендингу. Люди носять футболки та сумки щодня та з будь-якої нагоди (це може бути на навчання, на прогулянку, в магазин, на вечірку та ін.). Коли людина носить футболку з логотипом або сумку з назвою бренду, це робить бренд видимим у різних місцях і серед різних людей, охоплюючи велику аудиторію. Футболки та сумки можуть створювати відчуття приналежності та спільноти серед тих, хто носить їх. Це може збільшити лояльність до бренду та сприяти розповсюдженню його ідеї серед ширшої аудиторії.

Футболки та сумки можуть бути важливим елементом образу бренду. Дизайн та стиль цих предметів можуть відображати цінності, характеристики та імідж бренду, що сприяє позиціонуванню та закріпленню бренду у свідомості споживачів. Вони можуть використовуватися як подарунки або промоційні матеріали на подіях, які сприяють підвищенню усвідомленості про бренд та стимулюють інтерес до нього.

Засобами програми Figma було створено дизайн трьох екранів сайту «Institut Rommel» (див. рис. 3.8 та див. Додаток Б), а саме — першого екрану головної сторінки, «Про нас», та екрану з інформацією про інтеграційний курс.

Було важливо використовувати фірмові кольори, світлі фотографії, що сприяли б формуванню довіри у користувачів сайту. Було використано фото

людей різних національностей для того щоб показати, що школу відвідують люди з різних країн походження. Статистичні цифрові данні одночасно дають факти та сприяють формуванню довіри у читачів, є показниками досвіду та авторитету школи.

Окрім цього, показано фотографії учнів під час занять. Також можна побачити людей з різним кольором шкіри і те, як вчитель пояснює матеріал. Це сприяє формуванню позитивних емоцій у людини та бажання також доєднатися до курсу, отримати нові корисні знання, познайомитися з новими людьми-однодумцями, що також замотивовані на нові досягнення та успішну адаптацію, позбавитися страху говорити іноземною мовою та зрозуміти, що навчання може бути дійсно цікавим та захопливим заняттям. Саме у форматі оффлайн люди найкраще можуть тренувати комунікативні навички, розуміти, що помилятися — це нормально та без цього прогрес не є можливим. Оффлайн-заняття вимагають дисципліни, ранніх підйомів зранку, виконання домашнього завдання вечорами, підготовки презентацій та виступів перед одногрупниками, виконання різних інтерактивних вправ під час занять, що робить навчальний процес дійсно цікавим, ефективним та різноманітним.



Рисунок 3.8 — Дизайн першого екрану головної сторінки сайту

Засобами програми Figma було створено дизайн трьох екранів сайту «Institut Rommel», а саме — першого екрану головної сторінки, «Про нас», та екрану з інформацією про інтеграційний курс.

«Figma — це хмарний багатоплатформовий сервіс для дизайнерів інтерфейсів і web-розробників, з яким можна працювати безпосередньо в браузері. І це лише одне з важливих переваг платформи.

Що таке Figma з точки зору функціоналу? Це зручний графічний редактор, в якому можна створювати: прототипи web-сайтів і додатків, окремі елементи інтерфейсу: іконки, кнопки, форми і багато іншого, векторні зображення та ілюстрації, інше.

Всі інструменти і функціональні можливості доступні в безкоштовній версії. Тому якщо у людини немає потреби одночасно працювати з великою кількістю проектом і залучати до редагування більш ніж одну людину, платна підписка не буде потрібною» [35].

За допомогою програми Adobe InDesign було створено брендбук «Institut Rommel». Обсяг склав 34 сторінки. Оскільки підприємство знаходиться в Німеччині, то мовою текстів було обрано німецьку. На рис. 3.9 та у додатку В можна побачити сторінку змісту, складових частин емблеми, заборонених маніпуляцій з логотипом та додатковими графічними елементами.

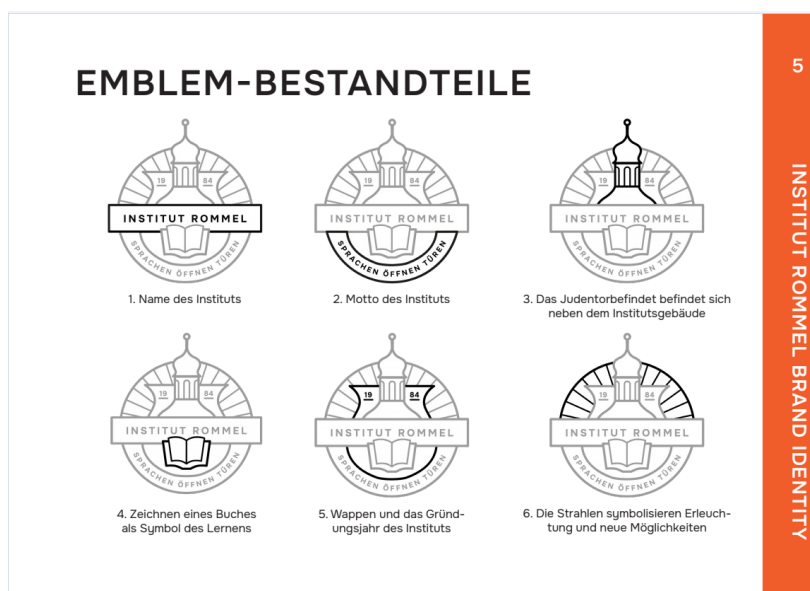


Рисунок 3.9 — Складові частини емблеми «Institut Rommel»

«Adobe InDesign — це професійна програма для верстки та макетування, яка може використовуватися для створення постерів, флаєрів, брошур, журналів, газет та інших друкованих або електронних видань та книг. Входить

до складу Adobe Creative Cloud» [41].

InDesign містить велику кількість інструментів, які дозволяють створювати професійні макети і макети для друкованих та електронних видань. Це дозволяє дизайнерам створювати високоякісні продукти зі зручним та інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом.

InDesign пропонує широкий спектр інструментів для верстки тексту, зображень, форм та інших елементів. Він підтримує різні стилі форматування тексту, колонки, рамки, вирізки та багато іншого.

InDesign інтегрується з іншими програмами Adobe Creative Suite, такими як Photoshop і Illustrator, що дозволяє дизайнерам легко імпортувати зображення та інші елементи з цих програм, щоб створити комплексні макети.

В InDesign можна налаштовувати параметри друку, включаючи кольорові налаштування, обрізку, розміри сторінок, шаблони сторінок. Крім того, він підтримує експорт в різноманітні формати, включаючи PDF, ePub та HTML, дозволяє зберігати шаблони та стилі, що спрощує процес створення і редагування подібних документів.

В цілому, Adobe InDesign є потужним інструментом для дизайнерів та верстальників, який дозволяє створювати якісні та професійні друковані та електронні видання з високим рівнем креативності та контролю.

Під час роботи над проектом було продемонстровано різні вертикальну, горизонтальну версії логотипу, звичайну емблему, а також скорочену версію, пояснено смислове значення різних складових емблеми, вказано інформацію про фірмові кольори та гарнітуру, її накреслення, заборонені маніпуляції з логотипом, описано додаткові графічні елементи та їх значення.

У якості додаткових графічних елементів було взято промені, що символізують просвітлення та нові можливості, слоган школи: «Sprachen öffnen Türen» — «Мови відчиняють двері», принцип «Lebenslanges Lernen», що означає навчання в будь-якому віці впродовж життя. Окрім цього було задіяно ключові слова, що асоціюються з процесом навчання у школі: Fleiß — старанність, Spaß — задоволення, Sprache — мова, Zertifikate — сертифікати,

Rechtsordnung — правопорядок, Kultur — культура, Geschichte — історія, Wissen — знання, Teamarbeit — командна робота.

Було розроблено дизайн канцелярії: візитної картки, конверту С5 (162×229 мм, призначений для розсилки листів, листівок, документів формату А5 або А4 в складеному вигляді), документу із запрошенням на курс після реєстрації в секретаріаті, папки та ручки, блокноту для записів та конверту формату Е65 (110×220 мм, призначений для розсилки листів, документів формату А4 в складеному в 2 рази вигляді), настільного календаря, двостороннього буклету з 2 згинами із загальною інформацією про школу та її послуги та пропозиції, контактними даними для зв'язку.

Візитна картка дає можливість залишити перше враження про школу. Вона містить контактну інформацію, яка є корисною для отримувача. Вона маленька та її легко зберігати, передавати та переносити. Візитна картка створює професійний вигляд, що допомагає підвищити довіру та впевненість у школі, підсилює корпоративну ідентичність. Обмін візитними картками може відігравати роль у створенні та підтримці локальних бізнес-зв'язків і мережевого з'єднання.

Настільний календар дозволяє працівникам школи планувати події, відстежувати та організовувати зустрічі. Він є зручним способом відображення графіка на місяць або рік, що допомагає планувати час ефективно, нагадує про важливі дати та святкові дні, сприяє підвищенню продуктивності та ефективності в процесі роботи.

Одночасно він є і носієм корпоративного стилю. Кожен місяць може містити окремо розроблені зображення, що також є цікавою особливістю.

Можна помітити, що мною було розроблено паперовий варіант запрошення на курс, що виглядає доволі консервативно та без використання великої кількості творчого оформлення.

У Німеччині паперове листування залишається популярним способом комунікації в бізнесі. Ця країна має довгу історію використання паперових документів і листів. Традиційно вважається, що письмові документи мають

більший офіційний статус і вагу порівняно з електронною поштою.

Паперовий вид листування може забезпечити вищий рівень приватності та безпеки, оскільки інформація не зберігається в електронній формі, яка може бути ушкодженою внаслідок хакерських атак, технічних проблем системи чи порушень безпеки. Паперове листування є більш ефективним способом комунікації, оскільки воно містить детальну інформацію, ніж електронна пошта, яка може бути загубленою, проігнорованою або видаленою.

Оскільки процес дозволу та реєстрації на курс проходить узгодження з декількома державними установами, бо переважно вони сплачують мігрантам відвідування мовних курсів, паперові документи можуть бути особливо важливими та містити велику кількість юридичної інформації. Не варто забувати і про справжній фізичний підпис та штамп, без яких документи можуть бути визначені як фальшиві.

Більш того, в Німеччині є традиція зберігати всі документи впродовж життя в окремому місці, бо через бюрократичні особливості та строгість вони можуть бути затребувані різними установами навіть і через десятиліття. Паперовий варіант в цьому випадку має значні переваги перед електронним.

Двосторонній буклет з двома згинами є також важливим носієм. Кожна його сторінка містить інформацію про школу, її історію, цінності, філософію, про її послуги та умови реєстрації на курси, контактні дані.

Буклет використовується і для оголошення новинок та майбутніх заходів, надання детальної інформації про них та особливості.

Було розроблено дизайн навігації для розміщення всередині будівлі школи на першому поверсі з інформацією про те, які приміщення на якому поверсі знаходяться, виконано дизайн скляної таблички з вказанням номеру кабінету, навчального плакату з поясненням граматичної теми.

Окрім цього було розроблено дизайн для деяких елементів, пов'язаних з виступами: сцени (наприклад, на випадок презентації, лекцій, зустрічей з партнерами чи потенційними клієнтами), ID-картки та її кріпленням на елементах одягу, емальованої брошки у 3 колірних варіантах, білету на лекцію,

а також штампу, картонних коробок, худі, футболок, сумок з тканини з різними варіантами дизайну, рюкзаку, чашок та підставок під них.

Але чому я звернула увагу на відкриті заходи та розробила дизайн для тих носіїв, що використовуються для цього? Лекції можуть привернути увагу нових потенційних учасників, які можуть бути зацікавлені в навчанні, але ще не вирішилися на реєстрацію на курс. Відкриті заходи створюють сприятливу атмосферу для взаємодії між учнями, викладачами та іншими учасниками. Це дозволяє створити спільноту, де люди можуть взаємодіяти, знайомитися один з одним, обмінюватися досвідом та мотивувати один одного, отримати відповіді на запитання та поради від висококваліфікованих викладачів.

Під час відкритих заходів вчителі школи можуть продемонструвати свою експертність та стиль викладання, що сприяє переконанню зацікавлених присутніх обрати саме цю школу та пройти в ній курс.

Відкриті заходи можуть служити як ефективний інструмент реклами для школи. Учні можуть поділитися враженнями та досвідом з іншими слухачами лекції, що сприяє збільшенню популярності курсів.

Було оформлено 3 види зовнішньої реклами: білборд, сітілайт та постери.

У зовнішньому середовищі зовнішня реклама є способом взаємодії бізнесу з клієнтами. Це форма реклами, яка розміщується на відкритому повітрі, зазвичай на вулицях, в парках, на будівлях, автобусах та інших загальнодоступних місцях.

Такий вид реклами має багато переваг як для малого бізнесу, так і для великих підприємств:

- 1) Широке охоплення аудиторії, оскільки вона розміщується на загальнодоступних місцях, де її можуть побачити багато людей, які пересуваються по місту.

- 2) Реклама на відкритому повітрі може високоефективно привертати увагу, особливо якщо вона розташована на популярних маршрутах або на зручних місцях для перегляду. Великі білборди або яскраві рекламні вивіски оточують нас з усіх сторін.

3) Зовнішня реклама працює навіть в тих випадках, коли люди не шукають інформацію про товари або послуги. Вона забезпечує постійний зв'язок з аудиторією, розміщуючи повідомлення прямо перед їхніми очима у повсякденних ситуаціях.

4) Зовнішню рекламу можна розмістити в різних місцях та форматах, що дозволяє компаніям бути творчими та адаптувати свої рекламні кампанії під конкретні потреби та цільову аудиторію.

5) Постійна присутність реклами на відкритому повітрі може сприяти підвищенню свідомості про бренд серед споживачів, навіть якщо вони не взаємодіють прямо з рекламою в даний момент.

Зовнішня реклама має ряд переваг, які роблять її ефективним інструментом для просування товарів та послуг. На рисунку 3.10 можна побачити сітілайт, розроблений для школи «Institut Rommel», а в додатку Г — білборд та плакати з анонсами курсів, що планує організувати «Institut Rommel» та закликає охочих до реєстрації.

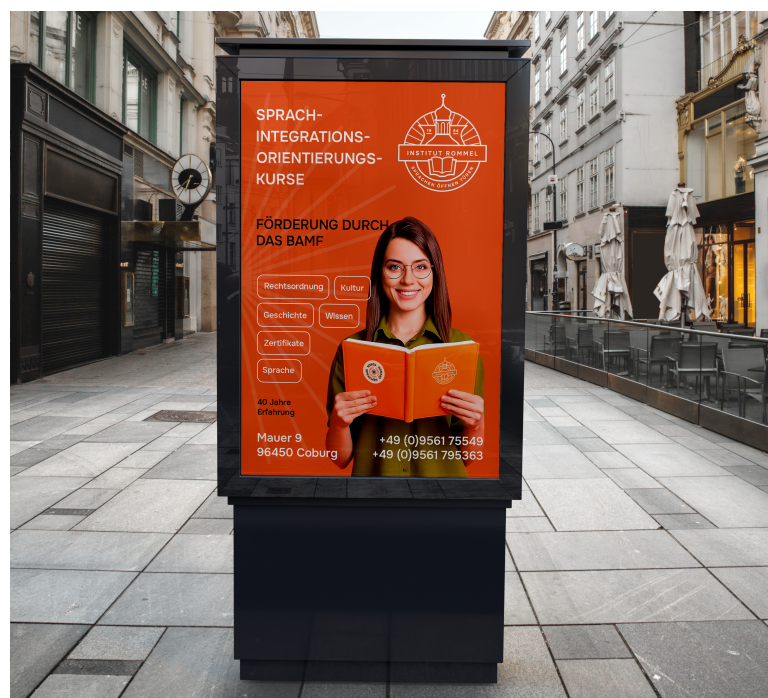


Рисунок 3.10 — Сітілайт для школи «Institut Rommel»

«Сітілайт або лайтбокс — це рекламні конструкції розміром 1,2 на 1,8 м, встановлені вздовж доріг, тротуарів, на зупинках громадського транспорту та в інших місцях скупчення людей. Конструкція складається з боксу (іноді

лайтбоксу, світлового короба) з двома площинами для розміщення реклами. Залишається одним з найпопулярніших видів реклами на просторах міста через цінову доступність для рекламодавців і ефективність: розмір рекламної конструкції позитивно позначається на її сприйнятті» [11]. «Рекламне зображення розміщується у середині короба. Для друку постера використовується папір, що здатен пропускати світло. Останнім часом велику популярність набула реклама на сітілайтах всередині приміщень торговельно-розважальних центрів, кінотеатрів, супермаркетів» [24].

«Рекламний щит, білборд — перший в рейтингу популярності формат зовнішньої реклами (особливо розмір 3×6 м). Встановлюється вздовж доріг і впливає скоріше на впізнаваність бренду: проїжджаючи певним маршрутом людина часто зустрічає одну й ту ж назву підприємства та логотип. Це збільшує ймовірність того, що при виборі між двома брендами вона підсвідомо віддасть перевагу тому, що здається їй більш знайомим» [11].

Під час роботи над проектом було розроблено 3 плакати з інформацією про заплановані школою курси з метою привернення уваги зацікавлених перехожих взяти в них участь та вчасно зареєструватися.

Плакати допомагають орієнтуватися на місцеву аудиторію у середовищі, де люди живуть, працюють, навчаються, відпочивають. Дизайн цього виду рекламної продукції передбачає великий тираж та можливість розмістити один і той самий плакат в декількох місцях одночасно. Розташовані навколо популярних транспортних сполучень, на плакати зазвичай звертають увагу як пішоходи, так і люди в автомобілях.

ВИСНОВКИ

Під час роботи було розроблено айдентику школи вивчення німецької мови «Institut Rommel».

Дипломний проєкт демонструє ефективність та важливість брендингу для навчальних закладів, зокрема для шкіл вивчення іноземних мов. Розробка унікальної айдентики, включаючи емблему у геральдичному стилі, сприяє формуванню ідентичності та відмінності закладу серед конкурентного середовища. З урахуванням сучасних тенденцій та потреб суспільства, брендинг стає ключовим елементом успішної роботи навчальних закладів, спрямованих на підвищення якості освіти та приваблення учнів.

Актуальність теми брендингу для навчальних закладів у сьогоденні обумовлена підвищеним рівнем конкуренції та зростаючими вимогами до якості освіти. Школи та інші навчальні заклади знаходяться в пошуках способів виокремитися та привернути увагу аудиторії, що робить брендинг невід'ємною частиною їх стратегій розвитку.

У зв'язку з соціально-економічною, політичною, етнонаціональною, релігійною, сімейно-побутовою міграцією знання іноземних мов є обов'язкових у 21 столітті. Через те, що шкільний рівень вивчення іноземної мови недостатньо прогресивний, у людей є потреба відвідувати спеціалізовані курси, що надають та поглиблюють знання у певних сферах, готують учня до життя у певному середовищі та вирішення певних задач за певних обставин. Причини, що підштовхують людей до вивчення іноземних мов у контексті міграції, полягають у потребі комунікації та адаптації у новому соціокультурному середовищі. Знання іноземних мов відкриває можливості для успішного інтегрування у нову культуру, здійснення міжнародних контактів та розширення професійних можливостей.

Неформальна освіта набуває все більшої популярності через свою гнучкість, інноваційність та здатність пристосовуватися до потреб сучасного суспільства. Вона дозволяє навчальним закладам ефективно реагувати на зміни

у вимогах ринку праці та потреби учнів, пропонуючи актуальні та цікаві навчальні програми.

Розробка емблеми у геральдичному стилі для «Institut Rommel» відображає та підкреслює ключові цінності та характеристики школи. Геральдичний стиль, який характеризується символічністю, строгою геометрією та стилізацією, ідеально відповідає консервативній та організованій атмосфері «Institut Rommel». Такий стиль дозволяє відобразити високий рівень порядку та відповідальності, що притаманні школі, а також підкреслити її досвідчених викладачів та високий рівень якості освіти. Крім того, геральдичний стиль може символізувати успішне володіння учнями німецькою мовою та їхні високі досягнення під час складання іспитів. Отже, емблема у геральдичному стилі не лише відображає цінності «Institut Rommel», а й підкреслює їхню іміджеву та професійну спрямованість.

Виконання дипломного проекту сприяло вдосконаленню навичок роботи у програмах Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Figma.

Під час роботи з Adobe Illustrator було емблему школи у геральдичному стилі. Використання інструментів малювання, геометричних форм, вирівнювання, трансформації, а також робота з кольорами, контурами, сітками, формотворенням дозволило створити дизайн емблеми а також деяких інформаційних макетів, що не потребували складної графіки.

За допомогою Adobe Photoshop було здійснено обробку та ретушування фотографій, роботу з мокапами, а також вирізання та маніпулювання зображеннями. Використання шарів, смарт-об'єктів, масок та інших інструментів Photoshop допомогло досягти бажаного естетичного ефекту для складових айдентики та продемонструвати замовникам приклади застосування айдентики на різних носіях (від ручки, канцелярії до одягу, продукції для виступів та зовнішньої реклами).

Adobe InDesign використовувався для компонування та верстки брендбуку, включаючи розміщення створених елементів айдентики (логотипу, текстів, графічних елементів, зображень з демонстраційною графікою) на його

сторінках. Використання стилів форматування, шаблонів сторінок та інструментів розміщення об'єктів дозволило створити професійний брендбук з якісними зображеннями та необхідними поясненнями щодо значення різних графічних елементів та правил їх використання.

Отже, виконання дипломного проєкту сприяло вдосконаленню навичок роботи у програмах Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign та Figma, а також дозволило застосувати ці навички на практиці для досягнення конкретних графічних та дизайнерських цілей.

Виконання дипломного проєкту сприяло розширенню знань про галузь освіти та її роль у сучасному світі.

Дослідження та розробка айдентики для школи дозволило краще зрозуміти особливості освітнього процесу, його структуру, цілі та завдання. Процес розробки айдентики допоміг зрозуміти роль навчальних закладів у формуванні та розвитку суспільства, їхній внесок у підготовку кваліфікованих фахівців, розвиток культури та особистісного потенціалу.

Дослідження школи вивчення іноземної мови дозволило поглибити знання про різні види освіти, зокрема неформальну освіту, яка набуває все більшого значення у сучасному світі.

Виконання дипломного проєкту дозволило не лише теоретично вивчити освітній процес, а й зрозуміти практичні аспекти його організації та управління, включаючи брендинг та маркетинг навчальних закладів.

Отже, виконання дипломного проєкту сприяло розширенню знань про галузь освіти, розумінню її ролі та значення у сучасному світі, а також дозволило засвоїти практичні аспекти роботи в цій сфері.

Проведене дослідження, однак, не вичерпує всіх напрямів вивчення порушеної проблеми. Перспективними, на нашу думку, можуть бути такі: роль дизайну в сфері освіти, міграція та інтеграція людини у нове середовище, зріст популярності неформальних видів освіти, вплив вдало розробленої айдентики на впізнавальність та підвищення попиту на послуги закладів неформальної освіти, зокрема на курси вивчення іноземних мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амосов О. Ю., Діденко Н. В., Лебедєва К. Ю. Брендінг як основний інструмент маркетингу в Україні : наукове дослідження. *Інвестиції: практика та досвід*. Київ, 2015. Вип. 12. С. 10–12.
2. Васильєва О. С., Пашкевич К. Л., Васильєва І. В., Гричанюк О. В., Калун О. Ю. Логотип та емблема як складові фірмового стилю закладів освіти України. *Art and design*. 2020. Вип. 4. С. 70–80.
3. Великий тлумачний словник сучасної мови : школа. slovnyk.me. Електронний ресурс. URL: <https://slovnyk.me/dict/vts/школа>
4. Вербальна айдентика. Bazilik. Електронний ресурс. URL: <https://bazilik.media/identychnist-brendu-imidzh-brendu-ta-firmovuj-styl/>
5. Вчені: вивчення іноземної мови уповільнює старіння мозку. BBC News Україна. Електронний ресурс. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/science/2014/06/140602_second_language_ko
6. Гончаренко С. У. Освіта : енциклопедія освіти. Київ : Юрінком Інтер, 2008. С. 614-616.
7. Горошкіна О. М., Караман С. О., Бакум З. П., Караман О. В., Копусь О. А. Практикум з методики навчання мовознавчих дисциплін у вищій школі : навчальний посібник. Київ, 2015. с. 250
8. Державні сайти України. Нова українська школа. gov.ua. Електронний ресурс. URL: <https://osvita.od.gov.ua/nova-ukrayinska-shkola/>
9. Дзюба А. О. Стратегія просування SMM курсів в Інстаграм : кваліфікаційна робота. Київ, 2023. с. 78.
10. Додаткова освіта. Психологіс. Електронний ресурс. URL: http://psychologis.com.ua/dopolnitelnoe_obrazovanie.htm
11. Зовнішня реклама: види, тонкощі та приклади. RemOnline. Електронний ресурс. URL: <https://remonline.ua/blog/outdoor-advertising/>
12. Історія освіти в Україні. Вікіпедія. Електронний ресурс. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Історія_освіти_в_Україні

13. Кашук К. В., Поліщук О. В. Теоретичний огляд сучасних методик оцінювання рівня володіння іноземною мовою : тези доповіді. *The 7th International scientific and practical conference «Modern science: problems and innovations»*. SSPG Publish (Stockholm, 20-22 September, 2020). с. 485.
14. Коломієць, М. М. Розробка фірмового стилю навчального закладу : магістерська робота. Київський національний університет технологій та дизайну, 2021. с. 47.
15. Курси іноземних мов та критерії їх вибору. Englisher. Електронний ресурс. URL: <https://englisher.com.ua/articles/shcho-maiut-proponuvaty-kursy-inozemnykh-mov>
16. Ліга плюща. Wikiwand. Електронний ресурс. URL: https://www.wikiwand.com/uk/Ліга_плюща
17. Люди, які досягли небувалого успіху після 40 років, мають ці дев'ять рис характеру. ТСН. Електронний ресурс. URL: <https://tsn.ua/other/lyudi-yaki-dosyagli-nebuvalogo-uspihu-pislya-40-rokiv-mayut-ci-dev-yat-ris-harakteru-2498032.html>
18. Медвідь Л. А. Історія національної освіти і педагогічної думки в Україні : навчальний посібник. Київ : Вікар, 2003. с. 335.
19. Міграція. Словник іншомовних слів. Електронний ресурс. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/m/s2.pl?Article=12064&action=show>
20. Нестеренко П. В. Експертиза предметів і атрибутів: Геральдика : навчальний посібник. Київ : НАКККиМ, 2009. с. 119.
21. Нова українська школа. Відділ освіти, молоді та спорту Маньківської селищної ради. Електронний ресурс. URL: <https://mankiv.osv.org.ua/nova-ukrainska-shkola-12-51-19-20-01-2021/>
22. Руденко О. В. Герби та емблеми університетів світу як всесвітньовідомі бренди та їх атрибутика. Київ : Технологія і техніка друкарства, 2019. Вип. 4 (66). С. 95–108.

23. Семенюк С. Брендинг вищого навчального закладу : стаття з періодичного видання. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2013. Вип. 3. С. 133–138.
24. Сітілайт чи лайтбокс. EffectM. Електронний ресурс. URL: <https://effect-m.com/uk/zovnishnya-reklama/citilayt>
25. Скільки українців виїхали за кордон від початку повномасштабної війни: дані 2023 року. Факти. Електронний ресурс. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20231218-skilky-ukrayincziv-vuyihalo-za-kordon-z-rochatku-povnomasshtabnoyi-vijny-dani-2023/>
26. Створення бренду компанії: з чого складається бренд. True branding buro. Електронний ресурс. URL: <https://true-ag.com/blog/post/stvorennya-brendu-kompani%D1%97-z-chogo-sklada%D1%94tsya-brend>
27. Структура освіти. Закон України від 2017 р. № 1369-IX від 30.03.2021, № 392-IX від 18.12.2019. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
28. Топ-5 додатків для вивчення іноземної мови. Medium. Електронний ресурс. URL: <https://site.ua/global.ukraine/top-5-dodatkov-dlya-vivcennya-inozemnoyi-movi-iyq5j9w>
29. Україна в процесах міжнародної міграції робочої сили. Videouroki. Електронний ресурс. URL: <https://videouroki.net/razrobotki/priezientatsiia-k-uroku-gieoghrafii-ili-ekonomikie-na-tiemu-ukrayina-v-protsiesa.html>
30. Фінансування закладів освіти. Основи Свідомості. Електронний ресурс. URL: <https://gosvidomi.wixsite.com/svidomi/kopiya-blagodijnist-v-zakladah-osvi>
31. Чехун Є. К., Георгадзе Т. О. Етапи розробки логотипу для мовної школи. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології* : матеріали II міжнародної науково-практичної конференції, (12 грудня 2023 р.) / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Том 2. 157 с., С. 121-125. DOI: 10.5281/zenodo.10372285
32. Чехун Є. К., Георгадзе Т. О. Розробка фірмового стилю для мовних шкіл. Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи : збірник тез доповідей

Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 26-27 жовтня 2023 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. – Запоріжжя: Вид-во Хортицької національної академії, 2023, С. 742-744.

33. Чи важко освоїти Фотошоп. Academy by Wezom. Електронний ресурс. URL: <https://wezom.academy/ua/slozhno-li-osvoit-fotoshop/>

34. Що таке брендинг та навіщо він потрібен? clickable.agency. Електронний ресурс. URL: <https://clickable.agency/ua/shho-take-brening-ta-navishho-vin-potriben/>

35. Що таке Figma: функції, інструменти та переваги. Academy by Wezom. Електронний ресурс. URL: <https://wezom.academy/ua/chto-takoe-figma-funktsii-instrumenty-ipreimuschestva/>.

36. Як проводяться інтеграційні курси в Німеччині. EUROPORTAL. Електронний ресурс. URL: <https://europortal.biz.ua/evropa/nimechchyna/emigratsiya-nimechchyna/>

37. Якою має бути політика у сфері української освіти? Освітня політика. Електронний ресурс. URL: <http://education-ua.org/ua/articles/885-yakoyu-mae-butii-politika-u-sferi-ukrajinskoji-osviti>

38. Яременко М. Академіки та Академія. Соціальна історія освіти й освіченості в Україні XVIII ст. : підручник. Харків : Акта, 2014. с. 534.

39. Adobe Illustrator. Вікіпедія. Електронний ресурс. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

40. Adobe Illustrator. Adobe. Електронний ресурс. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html>

41. Adobe InDesign. nina.az. Електронний ресурс. URL: https://www.wikidata.uk-ua.nina.az/Adobe_InDesign.html

42. An honest typeface. Voloshin. Електронний ресурс. URL: <https://voloshin.md/en/onest/>

43. Beste deutsche Sprachzertifikate. Fintiba. Електронний ресурс. URL: <https://fintiba.com/de/weg-nach-deutschland/allgemein/gut-zu-wissen/beste-deutsche-sprachzertifikate/>

44. Integrationskurse. Institut Rommel – Sprachkurse für Erwachsene. Elektronний ресурс. URL: <https://institut-rommel.de/integrationskurse/>
45. Über Uns. Institut Rommel – Sprachkurse für Erwachsene. Elektronний ресурс. URL: <https://institut-rommel.de/ueberuns/>
46. Zertifikat Deutsch / telc Deutsch B1. euni. Elektronний ресурс. URL: <https://euni.ru/informatsiya/certifikaty/telc-b1>

ДОДАТОК А

Дизайн двостороннього буклету з 2 згинами, блокнотів, конверту, візитної картки, конверту формату E65 (110×220 мм)



ДОДАТОК Б

Дизайн екранів сайту школи «Institut Rommel»: «Про нас» та «Інтеграційні курси»



Home Sprachkurse **Über uns** Termine Team Kontaktformular Impressum

Das **Institut Rommel** – ist eine der ältesten Sprachschulen für Migrantinnen und Migranten in Coburg.

Nach der Gründung des Sprachinstituts im **Februar 1984** besuchten zahlreiche Aussiedler und Asylberechtigte aus Coburg und Umgebung die Deutschkurse im Institut Rommel.

Im Mittelpunkt unserer Arbeit stehen die **Integration von Migrantinnen und Migranten** im weitesten Sinne und die **Vermittlung deutscher Sprachkenntnisse** sowie die Entwicklung sprachlichen Könnens im Besonderen.



Mit Stolz blicken wir auf die über 40-jährige Geschichte unserer Schule zurück.

Wir sind stolz auf die Leistungen unserer Schülerinnen und Schüler.



Home **Sprachkurse** Über uns Termine Team Kontaktformular Impressum

Integrationskurse Alphabetisierungskurse Orientierungskurse Berufssprachkurse B2

Informationen über Integrationskurse

- ☀ Gruppenunterricht durch qualifizierte Dozenten (erfahrene Akademiker)
- ☀ Sprachniveaus: A1, A2, B1
- ☀ Förderung durch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF)
- ☀ Abschlusstest „Deutschtest für Zuwanderer“ B1
- ☀ Individuelle Betreuung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
Zentrale Lage in der Innenstadt von Coburg

Aufbau und Inhalt

Jeder Integrationskurs besteht aus einem **Sprachkurs** und einem **Orientierungskurs**.

Abschlusstest

Am Ende des Sprachkurses haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit die skalierte **Prüfung „Deutsch-Test für Zuwanderer“** abzulegen.

Sprachkurs

Allgemeiner Integrationskurs: **600 UStd.**

Orientierungskurs

Im Anschluss an den Sprachkurs findet der **Orientierungskurs** statt. Dieser umfasst **100 UStd** und schließt mit dem **Test „Leben in Deutschland“**.

Anmeldung und Beratung

Unsere Bildungsberater sind für Sie da: per E-Mail, telefonisch oder persönlich vor Ort in unserem Schulhaus. Anmeldung direkt im Sekretariat unserer Schule.



ДОДАТОК В

Зміст брендбуку «Institut Rommel», заборонені маніпуляції з логотипом, додаткові графічні елементи айдентики

2

INSTITUT ROMMEL BRAND IDENTITY

INHALT

Komponenten des Corporate Designs

1. Mehrere Versionen des Logos.....	4	17. der Stempel.....	20
2. Emblem-Bestandteile.....	5	18. der Karton.....	21
3. Schriftart und Farben.....	6	19. der Hoodie.....	22
4. Farbvarianten des Logos.....	7	20. die T-Shirts.....	23
5. Verbotene Logoänderungen.....	8	21. das Billboard.....	24
6. Zusätzliche Grafikelemente.....	9	22. City Light Poster.....	25
7. Büroartikel.....	10	23. das Informationsposter.....	26
8. der Tischkalender.....	12	24. der Rucksack.....	27
9. die Dreifaltige Broschüre.....	13	25. die Tassen.....	28
10. Das Leitsystem.....	14	26. die Untersetter für Tassen.....	29
11. das Türschild.....	14	27. die Stofftaschen.....	30
12. das Lernplakat.....	15	28. der Webauftritt.....	32
13. die Bühne.....	16		
14. ID Card Anhänger.....	17		
15. Emaille Anstecker.....	18		
16. das Veranstaltungsticket.....	19		

8

INSTITUT ROMMEL BRAND IDENTITY

VERBOTENE LOGOÄNDERUNGEN



ZUSÄTZLICHE GRAFIKELEMENTE

9

INSTITUT ROMMEL BRAND IDENTITY



ДОДАТОК Г

Білборд та рекламні плакати з анонсами курсів, що планує організувати «Institut Rommel» та запрошує охочих зареєструватися на курс

