

УДК 659.4.011

## 102. РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА УЧЕБНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЭЛЕКТРОННАЯ ЭКОНОМИКА». ВЫБОР ЛОГОТИПА

*Барадулькина А.С., Петрученя И.А.*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Киселевский О.С. – канд. техн. наук*

**Аннотация.** В работе рассматривается понятие, сущность и необходимость наличия фирменного стиля учреждения образования на основе анализа логотипов ведущих учебных заведений. В качестве одной из семантических составляющих фирменного стиля рассматривается логотип.

**Ключевые слова.** Брендбук, корпоративный стиль, логотип, маркетинг, учебная дисциплина.

В настоящее время наличие имиджа является важнейшим компонентом деятельности организации, обеспечивая эмоциональную связь с потребителями. Созданию благоприятного имиджа организации способствует фирменный стиль. Важным инструментом по управлению фирменным стилем является брендбук [1]. Брендбук – это эффективный помощник в развитии любой организации, стандарт её маркетингового позиционирования на рынке среди конкурентов. Фирменный стиль также помогает предприятию, в том числе учреждению образования позиционировать свою деятельность в среде своих стейкхолдеров. А сложность и многогранность структуры образовательной услуги [2] определяет повышенные требования к семантическому содержанию брендбука.

Инженерно-экономический факультет БГУИР, в состав которого входит кафедра менеджмента, имеет свой фирменный стиль, что позволяет организации выделяться среди факультетов-конкурентов других учреждений высшего образования. Следовательно, кафедра менеджмента, разработав свой фирменный стиль, сможет активно представляться и показывать свою деятельность не только в глазах своего университета, но и среди сторонних заинтересованных лиц.

Основной деятельностью кафедры является предоставление образования по специальностям 6-05-0611-04 «Электронная экономика» на первой ступени высшего образования и 7-06-0611-04 «Электронная экономика» – на второй. На наш взгляд, логичным и обоснованным является отражение в брендбуке кафедры именно этой её деятельности. В этом случае важнейшим элементом брендбука как кафедры менеджмента, так и преподаваемых ею специальностей является фирменная символика и в частности – логотип. Важным требованием, предъявляемым к логотипу, является его оригинальность, простота, отражение идеи, а также читаемость в любом исполнении [3]. Логотипы по содержанию цветов могут быть многоцветными, с ограниченной цветовой гаммой и монохромными; по форме – геометрически сложные или простые; по содержанию объектов – абстрактные и конкретные, текстовые и символные [4].

Для того чтобы создать обоснованный логотип кафедры менеджмента и её специальностей, были изучены логотипы различных университетов схожего рода деятельности. Преобладающее большинство организаций данного рода деятельности имеют логотипы ограниченной цветовой гаммы, простой геометрической формы, а также содержат в себе в основном абстрактные объекты.

Так, синусоида и радиосигналы в логотипе БГУИР (рис. 1, а) подчеркивают то, что университет активно занимается учебной и научной деятельностью при подготовке специалистов в области радиоэлектроники. Цветовая гамма логотипа выбрана преимущественно синего цвета, что подчеркивает образовательную деятельность организации.

Символ Белорусского государственного университета (рис. 1, б) представляет собой золотую стилизованную ветвь листа папоротника с цветком на синем и серебристом фоне, что олицетворяет белорусское происхождение университета, его национальное предназначение и смысл деятельности. Кроме того, цветок папоротника в славянских легендах символизирует стремление человека к вере и счастью, познанию окружающего мира, раскрытию земных тайн, что является основным направлением научных исканий, проводимых БГУ.

Изображение логотипа Академии управления – раскрытая книга (рис. 1, в), на развороте которой расположено графическое изображение здания Академии управления. Изображение символизирует стремление к знаниям и новым научным свершениям, синий фон олицетворяет научную и преподавательскую сферу деятельности, символизирует ясность мысли, добрую славу и верность традициям, изображение раскрытой книги обозначает процесс учения, продолжение традиций образования. Сочетание горизонтальных и вертикальных линий свидетельствует о постоянстве, стабильности и прочности, об основательности и нацеленности на долгосрочную перспективу.

Знак Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (рис. 1, г) создан на основе монограммы «ВШЭ» и базируется, как на традиционных, так и на современных принципах графического построения. Круг с обводкой, окружающий монограмму, напоминает герб – традиционную форму знака мировых университетов с историей. В то же время, более современное, динамичное, «чистое» начертание знака, говорит о энергичном и устремленном в будущее университете. Синий цвет символизирует спокойствие, стремление к совершенству.

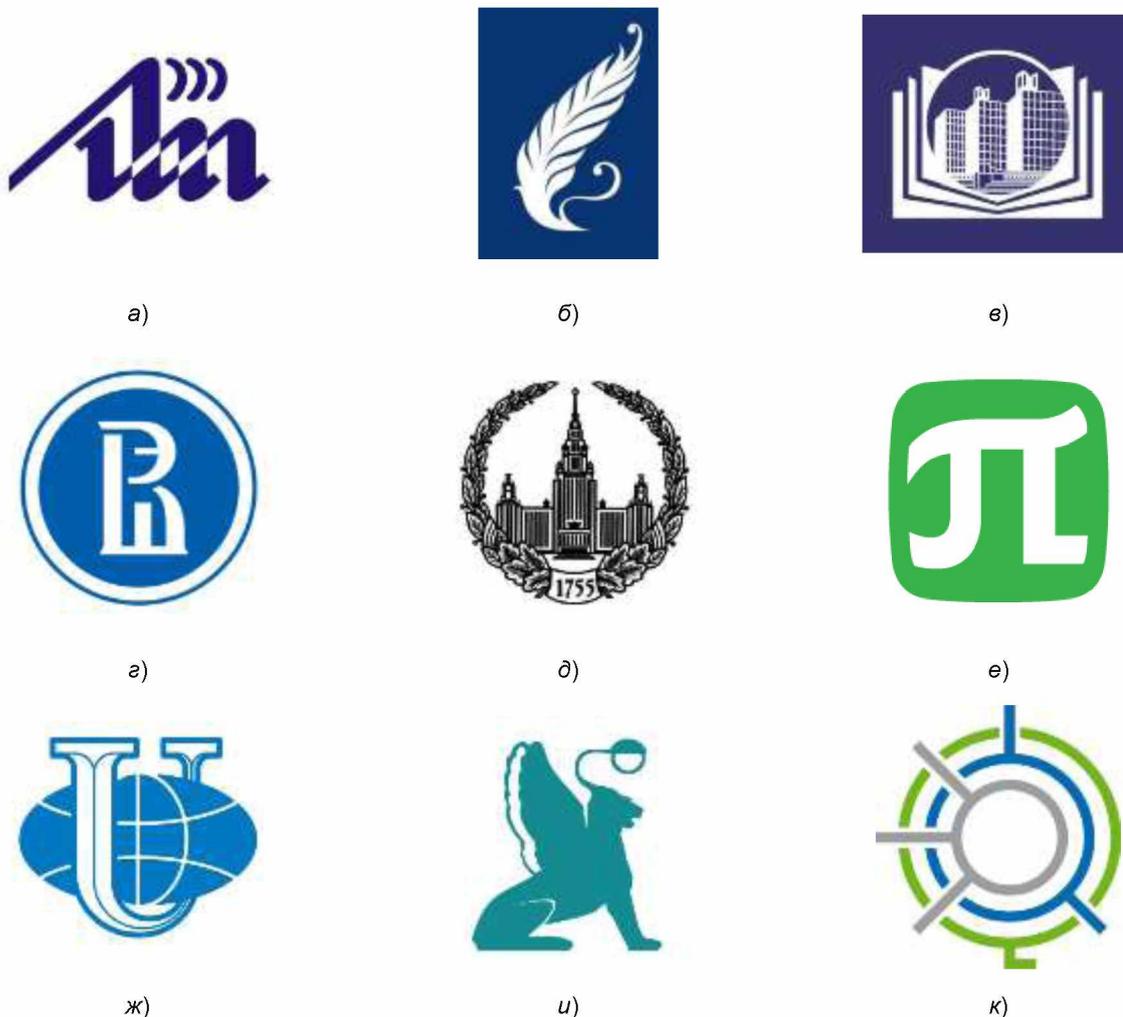


Рисунок 1 – Логотипы некоторых ведущих вузов

Логотип МГУ им. Ломоносова (рис. 1, д) представляет собой главное здание университета, обрамлённое венком из листьев дуба и лавра, как символов основательности и первенства, перевязанных лентой в цветах российского государственного флага и датой основания университета в нижней части. Этот законченный образ вызывает вполне четкие ассоциации с такими ценностями-смыслами, как историчность, фундаментальность, стабильность.

Знак СПбПУ – стилизованное изображение греческой буквы (пи), заключенное в скругленное зеленое поле (рис. 1, е). Зеленый цвет ассоциируется с природой, ростом, жизнью и окружающей средой, что может символизировать стремление университета к экологической ответственности и модернизации. Кроме того, зеленый цвет отражает определенные идеи о молодости, энергии и инновациях, которые важны для современного образования в СПбПУ.

Логотип РУДН состоит из глобуса и латинской буквы U, вертикальные штрихи которой «опоясывают» изображение земной поверхности (рис. 1, ж). Глобус в данном случае говорит о международном статусе вуза, который можно назвать универсальным (universal), уникальным (unique) и объединяющим разные культуры (uniting). Вместе со словом «университет» (university) эти термины формируют семантическое пространство, объединенное открывающей буквой U.

Логотип СПбГЭУ представляет собой изображение грифона (рис. 1, з). Грифон – это мифическое существо, которое является символом мудрости, силы и власти. Грифон как символ мудрости отражает

стремление университета к образованию и обучению. Сила грифона символизирует потенциал университета и его способность преодолевать трудности. Власть грифона отражает роль университета как ведущего экономического вуза России. Бирюзовый цвет символизирует знания и интеллект.

В сентябре 2018 года СибГУ имени академика М. Ф. Решетнёва получил новый логотип (рис. 1, к), представляющий собой соединение 3 кольцевидных геометрических фигур символизирующих лес (дерево; «науки о земле и природе»), химия (молекула; «науки о строении всего живого на земле») и космос (спутник; «науки о космосе и желание обрести знания обо всём неизведанном и недоступном»), что должно показать широту областей научных исследований «от молекулы до космической техники», а «большая концентрация визуальных элементов в нижней части логотипа означает стремление вперед и вверх». Каждое из колец окрашено в определённый цвет: зелёный (символизирует жизнь и обновление, заботу об окружающей среде), синий (ассоциируется с уверенностью и успехом) и серый (означает простоту и гармонию).

В ходе изучения логотипов разных университетов была предложена идея логотипа кафедры менеджмента БГУИР. Логотип представляет собой стилизованную букву «Э», озаглавливающую оба слова в названии специальности «Электронная экономика» (Рис. 2). Концы трёх линий, формирующих начертание буквы, направлены к общей точке приложения усилий и символизируют три приоритетных направления:

- экономику;
- управление;
- программирование.

Равновеликие стрелки концентрируют внимание и деятельность, олицетворяя скоординированные и сбалансированные усилия по решению актуальных проблем.

Следует отметить, что предложенный логотип полностью соответствует требованиям, сочетая в себе оригинальность, уникальность, внутреннюю идею, ограниченную гамму цветов, геометрически простую форму, а также читаемость в любом исполнении.

Таким образом, в результате исследования выявлена роль имиджа, фирменного стиля и брендбука организации. Предложена идея создания логотипа учебной специальности, составляющей основу деятельности кафедры менеджмента, как одной из составляющих её брендбука.

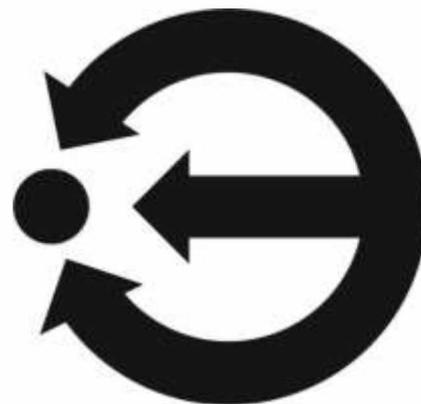


Рисунок 2 – Проект логотипа  
кафедры менеджмента

**Список использованных источников:**

1. Райкова Т. Ю. Брендбук как имиджевая составляющая структурного подразделения вуза :дис. – 2016.
2. Киселевский О.С., Косякова Е.В. Ресурсный менеджмент в производстве образовательного продукта // Матер. межд. науч.-метод. конф. «Современное образование: Интеграция образования, науки, бизнеса и власти. – Томск: ТУСУР. – 2023. Ч.2. – С. 20-27.
3. Чепурова О. Б., Туйсина Д. М. Брендбук как средство внутрикорпоративной культуры (на примере создания свода единых правил использования фирменного стиля в Оренбургском государственном университете) // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – №. 11-2. – С. 146-156.
4. Подорожный А. М. Графические элементы фирменного стиля и их проектирование в форме брендбука //Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2008. – №. 1. – С. 95-99.

UDC 659.4.011

## DEVELOPMENT OF A BRANDBOOK FOR THE EDUCATIONAL SPECIALTY “ELECTRONIC ECONOMY”. CHOOSING A LOGO

*Baradulkina A.S., Petruchenya I.A.*

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus*

*Kiselevski O.S. – PhD in Technics*

**Annotation.** The paper examines the concept, essence and necessity of having a corporate identity for an educational institution based on an analysis of the logos of leading educational institutions. The logo is considered as one of the semantic components of the corporate identity.

**Keywords.** Brand book, corporate style, logo, marketing, academic discipline.