

Секция «Реклама и связи с общественностью»

**Разработка фирменного стиля «Гуманитарный институт СКФУ»**

**Орлова Анастасия Вячеславовна**

*Студент (бакалавр)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

*E-mail: asya7257@gmail.com*

**Разработка фирменного стиля «Гуманитарный институт СКФУ»**

**Орлова Анастасия Вячеславовна**

*Студент*

*Северо-кавказский федеральный университет*

*Гуманитарный институт*

*Факультет филологии журналистики и межкультурной коммуникации*

*г. Ставрополь, Россия*

*asya7257@gmail.com*

Особенность современного образования характеризуется большим выбором образовательных услуг, а также высоким уровнем конкуренции как со стороны государственных, так и негосударственных образовательных учреждений. Как отмечают исследователи, «сфера образования стала объектом предпринимательской деятельности» [2]. Признание и одобрение общества весьма важно для любого учреждения образовательной сферы, так как его деятельность основана на человеческих отношениях, где все общественные интересы должны быть учтены. При этом сегодня все более и более актуальным становится вопрос конкуренции на уровне фирменного стиля (бренда) и имиджа конкретных учреждений. Таким образом, **актуальность исследования** связана со слабой проработанностью вопросов создания фирменного стиля образовательных учреждений различного уровня.

Объектом нашего исследования стал фирменный стиль как система идентификации образовательной организации. Предметом исследования процесс разработки фирменного стиля Гуманитарного института Северо-Кавказского федерального университета. В рамках нашего исследования мы поставили цель создать фирменный стиль Гуманитарного института СКФУ.

Для достижения данной цели нами были сформулированы следующие **задачи**:

выявить роль фирменного стиля в формировании имиджа организации;

детально описать составляющие технического задания для создания фирменного стиля;

определить специфику продукта - образовательные услуги;

разработать техническое задание для гуманитарного института;

провести опрос заказчика (представителей ГИ) и заполнить техническое задание;

создать варианты фирменного стиля Гуманитарного института СКФУ.

За базовое понятие в данной работе было взято определение И.А.Радченко - «Фирменный стиль - комплекс комбинированных элементов, служащий для идентификации, создания определенного управляемого имиджа, системы корпоративной культуры. Способ, благодаря которому организацию можно опознать и отличить от других; достигается с помощью особого дизайна и охватывает все, что создает физическое единообразие:

фирменный цвет, логотип, форма и одежда, унификация внешнего вида офиса, печатной продукции, посуда, значки служащих, корпоративные сувениры и т.п.» [1].

На основе анализа структуры фирменного стиля мы создали техническое задание на разработку фирменного стиля для Гуманитарного института Северо-Кавказского федерального университета, которая включает следующие элементы:

1. Информацию о компании и услугах
2. Информацию о продукте, для которого выполняется задание
3. Информацию о фирменном стиле
4. Бюджет и сроки.

Каждый элемент технического задания был в процессе работы детализирован в вопросах. Техническое задание было заполнено представителем Гуманитарного института. Учитывая пожелания заказчика мы подобрали фирменные стили организации, которые отражают качества, указанные заказчиком как наиболее важные: единство, сплоченность; организованность; лаконизм и сдержанность.

Чтобы создать уникальный фирменный стиль мы провели анализ аналогов фирменного стиля, а именно рассмотрели варианты оформления логотипов институтов и отделов СКФУ. Мы разделили их на 2 категории:

-логотипы, визуально «связанные» с символикой СКФУ, но в тоже время обладающие уникальностью.

-логотипы, которые не опираются на элементы фирменного стиля СКФУ.

На основе проведенного анализа мы выделили принципы разработки фирменного стиля ГИ:

- фирменный стиль должен учитывать пожелания заказчика;
- фирменный стиль ГИ должен быть связан с фирменным стилем Северо-Кавказского федерального университета, однако в то же время он должен обладать собственной уникальностью;
- в фирменном стиле необходимо использовать современные тенденции в оформлении. Исходя из положений, были созданы варианты оформления логотипов Гуманитарного института (рисунок 1,2,3), каждый логотип выполнен согласно требованиям заказчика, при этом каждый из них несет а себе различное послание.

Перспективами исследования нам видится проведение анкетирования для абитуриентов, сотрудников и студентов института, в рамках которого будет определен логотип в наибольшей степени отвечающий специфике структурного подразделения университета. Дальнейшая доработка логотипа позволит перейти к детализации фирменного стиля института.

## Литература

1. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшенз. — Воронеж: ВФ МГЭИ. И. А. Радченко. Под ред. Е. Е. Топильской. 2007
2. Шамонов П.А. Повышение конкурентоспособности высшего учебного заведения // Маркетинг в России и за рубежом. №1, 2011. - С.82

Иллюстрации



**ГУМАНИТАРНЫЙ  
ИНСТИТУТ**

Рис. 1. Рисунок 3.



Рис. 2. Рисунок 2.



Рис. 3. Рисунок 1.