

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «ДИЗАЙН»
Кафедра «Графічний дизайн»

Приходько Олександра Валентинівна

РОЗРОБКА ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН-
ПЛАТФОРМИ “UKi-Tutor”

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
зі спеціальності 022 Дизайн
ОПП “ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН”

Бакалаврська робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають
посилання на відповідне джерело.

 О.В. Приходько

Керівник: Лаврікова Катерина Анатоліївна
старший викладач, кандидат мистецтвознавства
Консультант: Більдер Наталя Трифонівна
доцент ХДАДМ

Харків-2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ «UKi-Tutor».....	5
1.1 Опис проєктної ситуації та ринку дизайну візуальної айдентики освітніх онлайн-платформ.....	5
1.1.1 Проєктна ситуація і ринок дизайн-продукту.....	5
1.1.2 Сегментування ринку дизайну візуальної айдентики освітніх онлайн-платформ.....	6
1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку дизайну візуальної айдентики освітніх онлайн-платформ.....	6
1.2 Опис ринку споживачів візуальної айдентики освітньої онлайн- платформи UKi-Tutor.....	7
1.2.1 Сегментування ринку споживачів.....	7
1.2.2 Опис потреб, які задовольнятиме візуальна айдентика освітньої онлайн- платформи UKi-Tutor.....	8
1.3 Збір та аналіз аналогічних візуальних айденстик освітніх онлайн- платформ.....	9
РОЗДІЛ 2 ОПИС ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ “UKi-Tutor”	15
2.1 Опис ідеї та формулювання концепції візуальної айдентики освітньої- платформи	15
2.2 Ескізування з обґрунтуванням і обговоренням	16
Висновки до 2 розділу	17
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМПЛЕКСУ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН- ПЛАТФОРМИ “UKi-Tutor”	18
3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення проєкту	18
3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення.....	19
3.3 Додрукарська підготовка макетів.....	19

Висновки до 3 розділу.....	20
ВИСНОВКИ.....	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	24
Додаток А.....	26
Додаток Б.....	28
Додаток В.....	30
Додаток Г.....	33

ВСТУП

*“Мова - це не просто спосіб спілкування,
а щось більш значуще. Мова - це всі
глибинні пласти духовного життя народу,
його історична пам'ять, найцінніше
надбання віків...”*

Олесь Гончар

Актуальність теми. Актуальність теми обумовлена високою конкуренцією на ринку освітніх онлайн послуг, де айдентика стала ключовим інструментом ідентифікації бренду та формування довіри користувача. Через це з'являється необхідність у створенні цілісного візуального образу, який здатен не лише вирізнити платформу серед конкурентів, а й зробити складний шлях користувача (від вибору викладача до завершення уроку) простим, інтуїтивно зрозумілим і приємним, що безпосередньо впливає на утримання клієнтів.

Об'єкт проєктування: процес формування візуальної комунікації та графічного супроводу освітнього бренду у цифровому середовищі.

Предмет проєктування: візуальна айдентика освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor», як комплекс засобів графічної ідентифікації.

Мета проєктування: розробка цілісної візуальної айдентики освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor», яка через засоби графічного дизайну забезпечить ефективну візуальну комунікацію з цільовою аудиторією, а також створить впізнаваний і конкурентоспроможний образ платформи у глобальному цифровому освітньому просторі.

Завдання роботи:

- 1) Огляд інформації стосовно теми проєктування;
- 2) Дослідження ринку розробок дизайну айдентики освітніх онлайн-платформ;

- 3) Збір маркетингової інформації;
- 4) Сегментування ринку споживачів дизайну айдентики освітньої онлайн-платформи UKi-Tutor;
- 5) Аналіз аналогів дизайну айдентики освітньої онлайн-платформи UKi-Tutor;
- 6) Формування загальної концепції дизайну айдентики освітньої онлайн-платформи UKi-Tutor;
- 7) Опис і обґрунтування дизайн-пропозиції;
- 8) Фіналізація результатів та презентація готового продукту.

Вихідні дані:

- Закон України про інформацію [1];
- Закон України про авторське право і суміжні права [2];
- Інформація, що надана замовником;
- Бриф (Додаток А);
- Інтернет-ресурси за темою проєкту.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.

Пояснювальна записка складається зі вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел 2 сторінки та додатків (А,Б,В,Г) __ сторінок. Загальний обсяг роботи становить __ сторінок.

РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЄКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ «UKi-Tutor»

1.1 Опис проєктної ситуації та ринку дизайну візуальної айденстики освітніх онлайн-платформ

Сучасний світовий ринок освітніх онлайн платформ стрімко зростає. За даними глобальних звітів, у 2025 році освітні технології охоплюють все: від мобільних застосунків для школярів до складних систем аналітики для університетів. Це дозволяє адаптувати матеріал під швидкість сприйняття кожного.[3],[21]

Структура візуального стилю як система елементів забезпечує відтворюваність образу в різних каналах комунікації. В умовах стрімкого розвитку освітніх технологій саме цілісна айденстика стає ключовою конкурентною перевагою. [8]

1.1.1 Проєктна ситуація і ринок дизайн-продукту

В Україні зростання цифрових технологій за останні роки призвело до активного розвитку освітніх технологій. Починаючи з повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році, перехід на освітні онлайн платформи став стратегічною необхідністю. Особливо це стало відчутно у 2024-2025 роках, коли багато бізнесів та освітніх проєктів перешли в онлайн.[6],[7]

Водночас зростання ринку супроводжується посиленням конкуренції між платформами. В умовах, коли технічні можливості більшості сервісів є схожими, саме візуальна айденстика стає ключовим інструментом диференціації. Користувач, який обирає між кількома платформами з подібною пропозицією, орієнтується насамперед на перше візуальне враження: логотип, колірну гаму, загальний стиль інтерфейсу. Таким чином,

дизайн айдентики перетворюється на повноцінний бізнес-інструмент, а не лише декоративний елемент. [8], [10]

1.1.2 Сегментування ринку дизайну візуальної айдентики освітніх онлайн-платформ

У сфері освітніх послуг сегментування ринку набуває особливої ваги, оскільки потреби суттєво відрізняються залежно від віку, рівня освіти споживача, типу платформи та географією. Сегментування було проведено за такими критеріями: демографічні, географічні, психографічні, поведінкові. [5]

Через початок повномасштабної війни в Україні багато українців, особливо дітей, були вимушені переїхати в інші міста та країни. Це призвело до значного збільшення попиту на курси української мови. Освітня онлайн платформа «UKi» орієнтована на школярів (6-17 років) та дорослих (18 і більше), які хочуть вивчати українську мову та історію, а також підтримувати зв'язок з українською культурою. Індивідуальні заняття з кваліфікованими викладачами надають користувачу можливість здобувати якісну освіту в зручний для нього час.

1.1.3 Опис конкурентної ситуації на ринку дизайну візуальної айдентики освітніх онлайн-платформ

Освітня платформа “UKi” пропонує вивчення української мови, історії та літератури через онлайн-заняття з кваліфікованими викладачами. Тому візуальна айдентика виступає ключовим інструментом впізнаваності в умовах зростаючої конкуренції на ринку, який після 2022 року суттєво розширився внаслідок масового переміщення українців за кордон.[7], [8]

Конкурентний аналіз охоплює прямих (айдентика платформ, що орієнтовані на українців за кордоном та пропонують вивчення української

мови) та непрямих конкурентів (освітніх платформ, що не орієнтуються на українську аудиторію або вивчення української мови).

Прямі конкуренти:

1.“Svitlo School” - онлайн-платформа, яка пропонує онлайн-уроки української мови для дітей, дорослих та іноземців. [11]

2.“Bright Kids” - українська онлайн-школа, яка має ціль зберегти українську мову та українську ідентичність в іншомовному середовищі через інтерактивні онлайн-уроки, майстерки та флешмоби.[12]

3.“Скарб” - освітній проєкт для вивчення української історії.[13]

Популярні непрямі конкуренти :

4.“Всеукраїнська школа онлайн” - платформа для дистанційного та змішаного навчання учнів 5–11 класів. На ній зібрані відеоуроки, тести та матеріали для самостійної роботи з 18 основних предметів. [14]

5. “ЕдЕра” - українська edtech-компанія, яка створює освітні рішення для держави, бізнесу та громадського сектору.[15]

1.2 Опис ринку споживачів візуальної айдентики освітньої онлайн-платформи UKi-Tutor

1.2.1 Сегментування ринку споживачів

Ринок дизайну візуальної айдентики освітніх онлайн-платформ охоплює широкий сегмент споживача. Потенційних споживачів продукту можна поділити на три групи: викладачі, батьки та діти шкільного віку.[5]

Основний сегмент (Діти 6-17 років): Це діти українських мігрантів, які опинилися поза межами української освітньої системи. Вони потребують не лише знань, а й соціалізації українською мовою. Візуально для них важлива інтерактивність, сучасність та відсутність нудьги.

Цільовий сегмент (Батьки, 30-55 років): Це люди з високим рівнем національної свідомості, які хочуть зберегти ідентичність дітей. Їх ключові потреби: довіра до платформи, безпека (фізична та інформаційна). Візуально

їм важливі асоціації з експертністю, надійністю та «ностальгією за Батьківщиною».

Додатковий сегмент (Викладачі, 25-60 років): Це кваліфіковані фахівці, носії мови та культури, які прагнуть професійної реалізації та стабільного заробітку в онлайн-середовищі. Їх ключові потреби: зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для проведення занять, інструменти для ефективної комунікації з учнями.

1.2.2 Опис потреб, які задовольнятиме візуальна айдентика освітньої онлайн- платформи UKi-Tutor

Візуальна айдентика «UKi-Tutor» є не лише декоративним елементом. У висококонкурентному EdTech-середовищі вона стає функціональним інструментом, що безпосередньо впливає на досвід користувача (UX) та рішення про вибір платформи. Виходячи з аналізу ринку та визначених сегментів споживачів, можна сформулювати ключові потреби, які має задовольнити візуальна ідентичність:[8],[10]

Потреба в довірі та безпеці. Оскільки платформа передбачає живе спілкування між викладачем та учнем, особливо за участі дітей, візуальний стиль має транслювати надійність, прозорість і професіоналізм. Колірна гама, типографіка та ілюстрації повинні свідчити про експертність сервісу, знімаючи тривожність батьків та дорослих учнів. Стриманий, але теплий стиль без надмірної яскравості та хаотичності елементів формує у користувача відчуття стабільності та серйозності намірів платформи. Дослідження в галузі брендингу підтверджують, що колір і композиція безпосередньо впливають на рівень сприйманої надійності бренду: темно-сині відтінки традиційно асоціюються з авторитетністю та захищеністю, а чіткі геометричні форми - зі структурованістю та порядком. [16]

Потреба в належності до спільноти та культурній ідентичності. Для українців за кордоном платформа є не просто освітнім сервісом, а

середовищем для підтримання зв'язку з рідною культурою та мовою. Айдентика повинна органічно та сучасно втілювати національний код, створюючи відчуття «свого», безпечного простору. При цьому важливо уникати прямолінійного використання державної символіки або фольклорних кліше - натомість культурна ідентичність має зчитуватися через образну мову: орнаментальні мотиви, колірні асоціації, метафори, близькі українській аудиторії. Такий підхід дозволяє сформувати емоційний зв'язок як з дітьми, які можуть не мати стійкого зв'язку з українською культурою, так і з батьками, для яких цей зв'язок є усвідомленою цінністю. [8], [17]

Потреба в інтуїтивності та доступності. Користувачі різного віку та рівня цифрової грамотності мають легко орієнтуватися на платформі. Візуальна система повинна забезпечувати чітку ієрархію інформації: виразна типографіка, достатній контраст між елементами, зрозумілі іконографічні рішення. Для дитячої аудиторії особливу роль відіграє наявність персонажа-маскота, який виступає візуальним провідником і знижує психологічний бар'єр входу. Для батьків та викладачів важливою є загальна впорядкованість і відсутність візуального перевантаження, що асоціюється з надійністю та зручністю сервісу. [10]

1.3 Збір та аналіз аналогічних візуальних айдентик освітніх онлайн-платформ

Проведення аналізу дозволить виявити спільні риси, відмінності та ключові проблеми візуальних стилів українських освітніх платформ. Аналіз аналогів було здійснено за такими критеріями:

1. Цілісність візуальної системи.
2. Візуальна впізнаваність.
3. Відповідність цільовій аудиторії.
4. Емоційна виразність.
5. Сучасність та актуальність стилю

В порівняльній таблиці було здійснено оцінювання критеріїв за шкалою від 1 до 7, де 1 - повністю не відповідає критеріям, а 7 - відповідає критеріям. Оцінювання аналогів проводилось за допомогою опитування фокус групи графічних дизайнерів. У Таблиці 1 представлені усереднені значення

Таблиця 1

Назва	Цілісність візуальної системи	Візуальна впізнаваність	Відповідність цільовій аудиторії	Емоційна виразність	Сучасність та актуальність стилю
“Svitlo School”	6	6	7	6	6
“Bright Kids”	5	3	5	5	3
“Скарб”	5	6	6	5	5

У результаті проведеного аналізу було визначено, що кожна з розглянутих онлайн-платформ має власні особливості формування візуального стилю та по-різному реалізує комунікацію зі своєю цільовою аудиторією. Найбільш цілісною та сучасною візуальною системою характеризується “Svitlo School”, оскільки її айдентика демонструє узгодженість графічних елементів та високий рівень адаптації до цифрового середовища. Платформа ефективно поєднує емоційну виразність із функціональністю та створює відчуття підтримки, відкритості та довіри.

Візуальна айдентика “Bright Kids” вирізняється яскравою емоційною подачею та орієнтацією на дитячу аудиторію, однак через використання великої кількості декоративних елементів її візуальна система виглядає менш структурованою та менш унікальною серед аналогічних освітніх платформ.

Платформа «Скарб» має найбільш виражений культурний та асоціативний характер, що сприяє формуванню емоційного зв'язку з українською тематикою та національною ідентичністю.

1.3.1 Збір і опис аналогічних елементів візуальних айдентик освітніх онлайн-платформ

Для дослідження були відібрані елементи айдентики освітніх онлайн-платформ “Svitlo School”, “Bright Kids”, “Скарб”, “Всеукраїнська школа онлайн”, “ЕдЕра”.

Критеріями відбору аналогів слугували: спеціалізація на українському освітньому контексті, наявність форматів онлайн-навчання, орієнтація на дитячу, та дорослу аудиторію, а також різні підходи до візуальної комунікації - від суто корпоративного до ігрового. Такий спектр дозволяє охопити прямі та непрямі конкуренти.

- **“Svitlo School”** - онлайн-платформа для вивчення української мови, орієнтована на дітей та дорослих за кордоном. Айдентика будується на світлих і теплих тонах та метафорі світла, що відображено вже у самій назві бренду. Колірна палітра побудована на м'яких жовтих та кремових відтінках у поєднанні з нейтральними тонами, що формує відчуття тепла, доступності та підтримки. Типографіка - сучасна, читабельна, без зайвої декоративності. Ілюстративний стиль вирізняється м'якими округлими формами та дружніми персонажами, що знижують психологічний бар'єр для нових користувачів. Загалом айдентика "Svitlo School" є найбільш збалансованою серед розглянутих аналогів: вона одночасно звертається і до дітей, і до батьків, транслуючи довіру та теплоту без втрати професіоналізму. [11]

- **“Bright Kids”** - українська онлайн-школа, спрямована на збереження української мови та ідентичності в іншомовному середовищі. Візуальний стиль характеризується яскравою, насиченою палітрою з переважанням червоного, жовтого та синього кольорів, великою кількістю ілюстрацій та

ігрових персонажів. Такий підхід ефективно привертає увагу дитячої аудиторії та створює відчуття динаміки й веселощів. Однак надмірна насиченість декоративних елементів знижує цілісність системи: окремі носії виглядають перевантаженими, а логотип у малому масштабі втрачає чіткість. Для батьків, які шукають надійний та структурований освітній сервіс, така айдентика може асоціюватися скоріше з розвагою, ніж із якісною освітою. [12]

- **“Скарб”** - освітній проєкт для вивчення української історії. Айдентика має найбільш виражений культурний та асоціативний характер серед розглянутих аналогів: в ній активно використовуються етномотиви, орнаментика та традиційна українська колірна гама - охра, теракота, темно-коричневий. Такий підхід ефективно формує емоційний зв'язок з українською тематикою та національною ідентичністю, що відповідає тематиці платформи. Водночас надмірна опора на фольклорну естетику звужує аудиторію: молодші користувачі та українці, що виростили за кордоном, можуть не відчувати цього зв'язку так само сильно. Типографіка та загальна композиція тяжіють до академічності, що може сприйматися як дещо архаїчне на тлі сучасних цифрових платформ. [13]

- **“Всеукраїнська школа онлайн” (ВШО)** - державна платформа для дистанційного навчання учнів 5–11 класів. Візуальний стиль вирізняється стриманістю, дидактичною чіткістю та мінімалістичним інтерфейсом. Колірна палітра побудована на синьому та білому, що асоціюється з офіційністю та державною приналежністю. Типографіка функціональна, без декоративних елементів. Айдентика виконує свою утилітарну функцію - забезпечує зручну навігацію та структурованість контенту, - однак позбавлена емоційності та індивідуальності. Для приватної платформи, що конкурує за увагу і лояльність користувача, такий підхід є недостатнім: ВШО не формує прив'язаності до бренду і не викликає бажання повертатися. [14]

- **“ЕдЕра”** - українська edtech-компанія, що створює освітні рішення для держави, бізнесу та громадського сектору. Айдентика цієї платформи є

зрілою та лаконічною, з акцентом на типографіку та функціональність. Колірна палітра стримана: переважають нейтральні та холодні відтінки з точковими кольоровими акцентами. Логотип простий і добре масштабується. Загалом айдентика "ЕдЕри" орієнтована на корпоративну та інституційну аудиторію, що відображає специфіку її діяльності. Для платформи, що працює з дітьми та батьками, такий підхід є надто стриманим: він не формує емоційного зв'язку і не транслює теплоти, яка є важливою для освітнього бренду. [15]

1.3.2 Обґрунтування стратегії позиціонування айдентики освітньої онлайн платформи

На основі проведеного аналізу аналогів для освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor» було обґрунтовано вибір стратегії, в якій передбачається позиціонування платформи не лише як сервісу для пошуку репетиторів, а як повноцінного простору, що об'єднує різні покоління та культури навколо живої української мови. Вибір стратегії зумовлений кількома факторами: Уникнення “дитячого” або суто “академічного” стилю, втілення цінності живого спілкування, баланс національної ідентичності та глобальної сучасності.[17]

Висновки до 1 розділу

Проведений аналіз допоміг визначити, що актуальність теми проєкту зумовлена стрімким зростанням ринку освітніх технологій в Україні після 2022 року. Це створило стабільний попит на курси української мови та культури. Сегментування споживачів виявило три основні групи: діти шкільного віку (6–17 років), батьки (30–55 років) та викладачі, чиї потреби має враховувати візуальний стиль. Аналіз аналогів показав, що найбільш збалансованою є айдентика Svitlo School, яка поєднує емоційність із

професіоналізмом. Стратегія позиціювання UKi-Tutor має уникати крайнощів дитячого чи академічного стилю, роблячи акцент на живому спілкуванні, культурній ідентичності та довірі. Отже, візуальна айдентика має виконувати функціональну роль: формувати довіру, підсилювати впізнаваність бренду та стати основою для подальшої розробки графічної концепції платформи.

РОЗДІЛ 2 ОПИС ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ “UKi-Tutor”

2.1 Опис ідеї та формулювання концепції візуальної айдентики освітньої-платформи

Концепт дизайну візуальної айдентики платформи «UKi-Tutor» полягає у поєднанні цифрової естетики з автентичним українським культурним кодом. В основі проєкту була ідея створення візуальної системи, яка б для українців за кордоном ставала не просто ідентифікаційним знаком, а символічним «мостом» між рідною культурою та новим середовищем проживання.

В основі концепції «живої айдентики» лежать принципи візуальної цілісності без перенасичення, чіткої модульності елементів та адаптивності до різних носіїв. Було прийнято рішення створити багаторівневу систему ідентичності, де кожен елемент виконує свою функцію, але всі вони підпорядковані єдиному образу. Центральним елементом системи є маскот-персонаж - стилізована фігурка, що зображує учня, який тягнеться до знань.[20]

Додатковими графічними елементами системи є орнаментальний патерн, побудований на мотивах народного декоративного мистецтва. Він використовується як декоративний бордюр на носіях і надає айдентиці культурної ідентичності. Образ книги та птахів (що асоціюються зі свободою та здобуттям знань) доповнюють загальну метафору навчання як звільнення.[19]

Структура візуальної системи побудована на трьох рівнях засвоєння:

- Впізнаваність бренду
- Концентрація на кольорах та типографіці
- Емоційно-образне закріплення

2.2 Ескізування з обґрунтуванням і обговоренням

У процесі розробки візуальної айдентики освітньої онлайн-платформи UKi-Tutor було проведено багатоетапне ескізування, яке охопило концептуальний пошук і послідовне уточнення графічних рішень відповідно до позиціювання бренду.

На початковому етапі ескізування визначались базові метафори та образи, які будуть здатні відобразити сутність платформи. Були опрацьовані декілька концептуальних напрямів:

- образ книги як символу знань;
- орнаментальна спадщина українського народного мистецтва;
- персонаж як уособлення доступного й дружнього навчання.

У результаті концептуального аналізу перевагу було надано знаковому персонажу, що втілює образ учня який тягнеться за знаннями. А образ книги та орнамент були обрані як додаткові елементи, щоб забезпечити культурну ідентичність та підсилити метафору вільного здобуття знань.

У ході обговорення ескізів було сформульовано такі ключові критерії відбору рішень:

- Культурна ідентичність - зв'язок з українською традицією через колірну символіку, орнамент і образи.
- Масштабованість - здатність графіки зберігати впізнаваність від мініатюрного фавікону до великоформатного білборда.
- Аудиторна відповідність - доступність і дружність образів для цільової аудиторії - учнів, студентів і дорослих, зацікавлених в українській культурі та історії.
- Функціональна адаптивність - можливість використання у різних кольорових і монохромних варіантах без утрати впізнаваності.

За результатами ескізного етапу затверджено основну систему фірмового стилю: логотип у чотирьох кольорових версіях, три концепції рекламних носіїв із різним ступенем візуальної насиченості, а також

уніфіковані рішення для сувенірної продукції. Обрані рішення вирізняються органічним поєднанням сучасного мінімалізму з елементами національної образності, що відповідає позиціюванню UKi-Tutor як платформи, яка робить українську культуру живою та близькою для сучасного користувача.

Висновки до 2 розділу

Концептуальною основою системи стала ідея «живого навчання» - платформи як символічного мосту між рідною культурою та новим середовищем проживання користувача. На відміну від аналогів, що тяжіють до крайнощів «дитячого» або суто академічного стилю, обрана концепція спрямована на створення теплого, сучасного та культурно ідентичного образу, доступного для широкої аудиторії.

Центральним носієм концепції є персонаж-маскот - стилізована фігурка учня, що тягнеться до знань. Такий вибір обґрунтований потребою у формуванні емоційного зв'язку з користувачем, зокрема з дитячою аудиторією, та забезпеченні високої впізнаваності знака у малих масштабах. Допоміжними образними елементами стали орнаментальний патерн на основі народних мотивів, образи книги та птахів, які підсилюють культурну ідентичність і метафору вільного здобуття знань.

У процесі багатоетапного ескізування було послідовно опрацьовано кілька концептуальних напрямів. Відбір рішень відбувався за критеріями: культурної ідентичності, масштабованості, аудиторної відповідності та функціональної адаптивності. Це дозволило обґрунтовано обрати фінальні рішення, а не прийняти їх інтуїтивно.

РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМПЛЕКСУ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОЇ ОНЛАЙН- ПЛАТФОРМИ “UKi-Tutor”

3.1 Конструктивно-пластичне та графічне рішення проєкту

Конструктивно-пластичне рішення візуальної айдентики «UKi-Tutor» базується на синтезі лаконічного графічного знака та народної орнаментики.

Логотип виконано у комбінованому стилі: основний елемент - маскот-персонаж, стилізована фігурка учня, що тягнеться вгору. Таке рішення забезпечує високу впізнаваність навіть при мінімальному масштабі, що є критично важливим для фавіконів та іконок у мобільних застосунках. Персонажа виконано у графічній техніці з використанням обмеженої кількості форм, що забезпечує його чіткість як у малому, так і у великому форматах.

Логотип розроблено у чотирьох кольірних версіях: на золотистому тлі, на темно-синьому тлі, монохромна чорна та монохромна на темному тлі - що дозволяє гнучко адаптувати знак до різних носіїв.

Шрифтова частина логотипа виконана геометричним гротеском із виразними пропорціями. Напис «UKi TUTOR» ділиться на дві частини: «UKi» - як скорочення від «Ukrainian» - виділяється меншим кеглем та кольором маскота, «TUTOR» - великими літерами, що підкреслює освітній характер платформи.

Колірна палітра системи побудована на двох основних кольорах:

- Темно-синій - асоціюється з небом, водою, надійністю та глибиною знань
- Золотистий - асоціюється з пшеницею, сонцем, теплом і українською ідентичністю

Ця палітра унікає прямого кліше «жовто-блакитного» поєднання, водночас зберігаючи асоціацію з Україною. Орнаментальний декоративний

патерн у нижній частині рекламних носіїв будується на народних мотивах у тій самій двоколірній гамі.[16]

3.2 Поліграфічне та технологічне забезпечення

Реалізація брендингу платформи UKI-TUTOR передбачала не лише розробку візуальної концепції, але і її грамотне технічне втілення у різних форматах - від цифрових носіїв до фізичних поліграфічних матеріалів. Під час роботи над проєктом було визначено два основних напрями технологічного забезпечення: цифровий (вебсередовище та соціальні мережі) та поліграфічний (друкована продукція та зовнішня реклама).

Для підготовки всіх графічних матеріалів використовувалось програмне забезпечення Adobe Illustrator CC, версія 2024 року та Figma.

Колірна палітра бренду була визначена у системах RGB та CMYK. Це дозволило однаково точно відтворювати фірмові кольори як на екранах, так і у друці.

Загалом система поліграфічного та технологічного забезпечення проєкту UKI-TUTOR побудована таким чином, щоб максимально спростити тиражування матеріалів у майбутньому. Усі вихідні файли структуровані за носіями, зберігаються у відкритих форматах (AI, PDF/X-1a, PNG із прозорістю). Це дозволяє замовникові самостійно передавати матеріали до друку або передавати їх новим виконавцям без ризику порушення фірмового стилю.

3.3 Додрукарська підготовка макетів

Підготовка макетів до друку та цифрового використання здійснювалась відповідно до технічних вимог кожного типу носія, представленого у проєкті.

Колірна модель: Усі макети для друку конвертовано у CMYK. Для цифрових носіїв (банери, сіті-лайти у цифровому форматі) збережено RGB.

Роздільна здатність: 300 dpi для растрових елементів у поліграфічних макетах; логотип та графічні елементи підготовлено у векторному форматі (AI, SVG), що дозволяє масштабувати їх без втрати якості - від мініатюрного зображення на блокноті до великоформатного білборда.

Відступи та вильоти: Для всіх поліграфічних виробів додано вильоти по 3 мм з кожного боку. Безпечна зона (без розташування важливих елементів) - 5 мм від краю. Для великоформатного друку (білборди, сіті-лайти) вильоти збільшено до 5 мм.

Висновки до 3 розділу

У ході практичної реалізації проєкту було створено повний цикл візуальної айдентики для освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor» - від графічного знака до готових до виробництва макетів носіїв.

Конструктивне рішення. Маскот-персонаж як центральний елемент логотипа продемонстрував високу адаптивність у різних масштабах і форматах: від мініатюрного зображення на сувенірній продукції до великоформатного білборда. Логотип розроблено у чотирьох колірних версіях, що забезпечує гнучкість застосування на будь-якому фоні та носії. Двоколірна палітра темно-синього та золотих кольорів формує стійку асоціацію з українською ідентичністю, уникаючи при цьому прямолінійного цитування кліше. Орнаментальний патерн у нижній частині носіїв органічно поєднує культурний код із сучасною мінімалістичною подачею.

Склад реалізованих носіїв. У рамках практичної частини розроблено: логотип у чотирьох варіантах, три концепції рекламних постерів із різними образними рішеннями, макети аутдор-реклами (білборди та сіті-лайти) у міському середовищі, а також сувенірну продукцію - рюкзак з орнаментальним патерном та брендований блокнот.

Технологічна реалізація. Усі макети підготовлено відповідно до вимог конкретних типів носіїв: растрові елементи конвертовано у СМЮК, векторна

графіка підготовлена у форматах AI та SVG для масштабування без втрати якості. Для цифрових носіїв збережено RGB (sRGB).

Всі елементи системи готові до тиражування та можуть бути впроваджені у комунікацію платформи «UKi-Tutor» вже на етапі її запуску.

ВИСНОВКИ

Метою даної кваліфікаційної роботи була розробка цілісної візуальної айдентики освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor» - сервісу для вивчення української мови, історії та культури, орієнтованого насамперед на українців за кордоном та їхніх дітей.

У ході виконання роботи було послідовно вирішено всі поставлені завдання.

В першому розділі проведено комплексний аналіз проєктної ситуації: досліджено ринок освітніх онлайн-платформ в Україні та за кордоном, визначено конкурентне середовище, сегментовано цільову аудиторію та проаналізовано айдентику платформ-аналогів. Встановлено, що після 2022 року попит на курси української мови та культури суттєво зріс, а ринок EdTech-платформ для українців за кордоном залишається недостатньо насиченим якісними візуальними рішеннями. Аналіз аналогів виявив тенденцію до крайнощів: надмірної «дитячості» або сухого академізму. На основі цього сформульовано стратегію позиціювання UKi-Tutor як платформи живого спілкування, що поєднує культурну ідентичність із сучасністю та довірою.

У другому розділі розроблено концепцію та обґрунтовано дизайн-пропозицію. Концептуальною основою системи стала ідея «живого навчання» - платформи як символічного мосту між рідною культурою та новим середовищем проживання користувача. Центральним елементом айдентики обрано маскот-персонаж, що уособлює учня, який тягнеться до знань. Допоміжними елементами стали орнаментальний патерн на основі народних мотивів, образи книги та птахів. У процесі багатоетапного ескізування та обговорення сформовано фінальну систему фірмового стилю.

У третьому розділі здійснено практичну реалізацію айдентики. Розроблено логотип у чотирьох колірних версіях, три концепції рекламних

постерів із різними образними рішеннями, макети аутдор-реклами в міському середовищі та сувенірну продукцію (рюкзак, блокнот). Колірна палітра Deer Blue та Warm Gold формує впізнавану асоціацію з Україною без звернення до застарілих кліше. Усі макети пройшли повний цикл технологічної підготовки відповідно до вимог поліграфічного та цифрового виробництва.

Результатом роботи є завершена, технологічно підготовлена система візуальної айдентики, здатна ефективно комунікувати з цільовою аудиторією - дітьми, батьками та викладачами - на різних носіях та у різних середовищах. Розроблена айдентика відповідає сформульованим на початку роботи критеріям: вона є впізнаваною, масштабованою, культурно ідентичною та сучасною. Це підтверджує, що обраний підхід «сучасного етномінімалізму» є виправданим і перспективним для позиціонування українських освітніх платформ у глобальному цифровому просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України про інформацію (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, No 48, ст.650).
2. Закон України "Про авторське право і суміжні права" (Відомості Верховної Ради України, 2001 р., No 43, ст. 214; 2017 р., No 20, ст. 240; 2020 р., No 45, ст. 387).
3. EdTech це революція в освіті: Глибокий огляд 2025. URL:<https://engage.org.ua/edtech-cze-revolyucziya-v-osviti-glybokyj-oglyad-2025/>
4. Українські платформи для онлайн-курсів: огляд найкращих рішень [2025]. URL: <https://academyocean.com/ua/blog/post/ukrayinski-platformi-dlya-onlajn-kursiv-oglyad-najkrashih-rishen-2025>
5. Сегментування ринку освітніх послуг. URL: https://stud.com.ua/73195/marketing/segmentuvannya_rinku_osvitnih_poslug
6. Перспективи та напрямки зростання EdTech в Україні. URL: <https://eba.com.ua/perspektyvy-ta-napryamky-zrostannya-edtech-v-ukrayini/>
7. Ринок української онлайн-освіти під час війни: повний аналіз ринку. URL:<https://blog.liga.net/user/vastymoshenko/article/48862>
8. Branding for EdTechs 101. URL: <https://embacy.io/stories/branding-for-edtechs-101>
9. Найпопулярніші освітні платформи для організації дистанційного навчання. URL:<https://vseosvita.ua/blogs/naipopuliarnishi-osvitni-platformy-dlia-orhanizatsii-dystantsiinoho-navchannia-102669.html>
10. How should edtech companies approach brand design? URL: <https://www.everything.design/faq/edtech-companies-brand-design-approach>
11. Svitloschool URL: <https://www.svitloschool.com/uk/what-we-do/online-school>
12. Bright Kids Ukrainian Online School URL: <https://brightkids.online/uk#/>

13. СКАРБ URL:<https://skarb.education/>
14. Всеукраїнська школа онлайн URL: <https://lms.e-school.net.ua/about>
15. ЕдЕра URL: <https://ed-era.com/>
16. Color Psychology in Branding: What Works Best for Your Industry. URL:<https://shamrockcompanies.net/blog/color-psychology-in-branding-what-works-best-for-your-industry>
17. EdTech Positioning, Go-To-Market Strategy & Branding URL <https://www.insivia.com/your-guide-to-all-things-edtech-go-to-market-branding-positioning/>
18. learning Services Market Powers Ahead with Innovation and Digital Transformation URL: <https://www.precedenceresearch.com/e-learning-services-market>
19. «Ukrainian Folk Art and Its Modern Interpretation in Graphic Design». URL: <https://uartlib.org>
20. «The Role of Brand Mascots in Marketing». Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2023/07/13/brand-mascots>
21. Global E-Learning Market Report 2025. Precedence Research. URL: <https://www.precedenceresearch.com/e-learning-services-market>

Додаток А

БРИФ

«Розробка візуальної айдентики освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor».»

Студентка: Приходько О.В.

Керівник проєкту: Лаврікова
Е.А.

Замовник: Борщевська-Раздольська
І.Д.

1. Загальна інформація про проєкт

Об'єкт	Освітня онлайн-платформа «UKi-Tutor»
Мета	Створення сучасної та впізнаваної візуальної айдентики для освітньої онлайн-платформи «UKi-Tutor»
Основне завдання:	Розробити цілісну систему візуальної комунікації платформи, що включає логотип, фірмовий стиль та digital-матеріали для соціальних мереж з метою підвищення впізнаваності бренду та зацікавлення цільової аудиторії.
Побажання щодо стилю та дизайну	Нема обмежень в варіаціях і стилях.

2. Склад роботи

2.1 Логотип та айдентика

Логотип	Розробка сучасного логотипа для онлайн-платформи «UKi-Tutor», який поєднує текстову та графічну частини й асоціюється з українською культурою.
---------	--

Колірна палітра та типографіка	Розробка фірмової кольорової палітри та підбір сучасної типографіки для використання у digital-матеріалах і соціальних мережах.
--------------------------------	---

2.2 Digital-матеріали (SMM)

Дизайн поста для Instagram:	Розробка шаблону рекламного або інформаційного поста з використанням фірмового стилю, персонажа та графічних елементів айдентики.
Адаптація поста для Facebook:	Адаптація дизайну Instagram-поста під формат Facebook із збереженням єдиного візуального стилю.

3. Технічні вимоги

Формати на виході:	Лого: SVG, AI, PDF, PNG, JPG Кольори: HEX, RGB
--------------------	---

Від замовника



Борщевська-Роздольська І.Д.

Від виконавця



Приходько О.В.

Дата: «18» квітня 2026

Додаток Б

ГЛОСАРІЙ

Акцент - засіб виокремлення кольором, світлом, пластичністю або розміщенням у просторі будь-якої фігури (обличчя, предмета, елемента зображення), до котрої необхідно привернути особливу увагу глядача.

Аналог - об'єкт або явище, схоже за властивостями, функціями чи призначенням до іншого.

Бриф - інструкція; творчі інструкції (creativebriefs). Грамотно складені, вони допомагають замовникові визначитися з цілями та нюансами проекту, а виконавцю зрозуміти їх і відповідно сформулювати свої пропозиції.

Візуальна айдентика - сукупність графічних елементів, кольорів, шрифтів та стилістичних рішень, що формують унікальний «зовнішній вигляд» бренду.

Дизайн - творча проектно-конструкторська діяльність, спрямована на вдосконалення предметного довкілля і створюється засобами промислового виробництва; художнє конструювання.

Ідентичність - сукупність унікальних характеристик бренду чи особистості, які визначають їхню впізнаваність і відмінність від інших.

Колір - один із засобів образотворчого мистецтва для відображення матеріальних властивостей предметного світу.

Композиція - структура, взаємозв'язок важливих елементів художнього твору, від яких залежить весь його сенс та будова.

Логотип - графічний знак, символ або стилізоване написання назви бренду, компанії чи організації, що слугує для впізнаваності та ідентифікації.

Образ - узагальнене художнє або візуальне уявлення про людину, предмет чи явище.

Позиціонування - формування унікального місця бренду або продукту в свідомості цільової аудиторії.

Проектування - створення опису, чи зображення концепції неіснуючого

об'єкта з заданими властивостями.

Сегментування - поділ аудиторії, ринку або об'єктів на окремі групи за спільними ознаками чи характеристиками.

Символ - образ, який утілює певну ідею.

Стиль - основна своєрідна форма вираження, що виникає в тій або іншій сфері людської діяльності.

Тенденції - актуальні напрямки розвитку або зміни в певній сфері, які набувають популярності у певний період.

Типографіка - мистецтво та правила оформлення тексту за допомогою шрифтів, інтервалів, композиції та структури.

Цілісність - естетична якість форми, зорове злиття, нероздільність та взаємна гармонія усіх її частин.

Цільова аудиторія - група людей, об'єднаних спільними ознаками (інтересами, потребами, демографією), які найімовірніше зацікавлені продуктом, послугою або повідомленням компанії.

Шрифт - особливий вид графічного мистецтва у вигляді письмових знаків-літер, сформованих в алфавіт, що має загальну закономірність побудови та єдиний стиль.

Додаток В

АНАЛОГИТА ПРОТОТИПИ

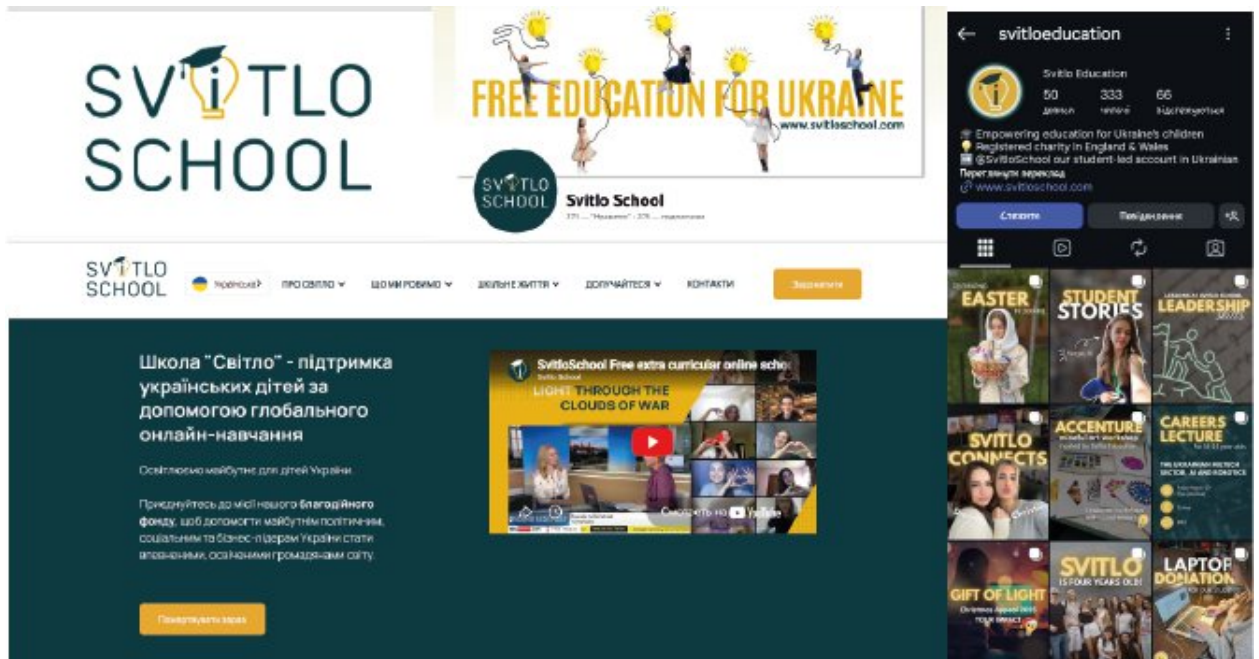


рис.1 елементи айдентики Svitlo school

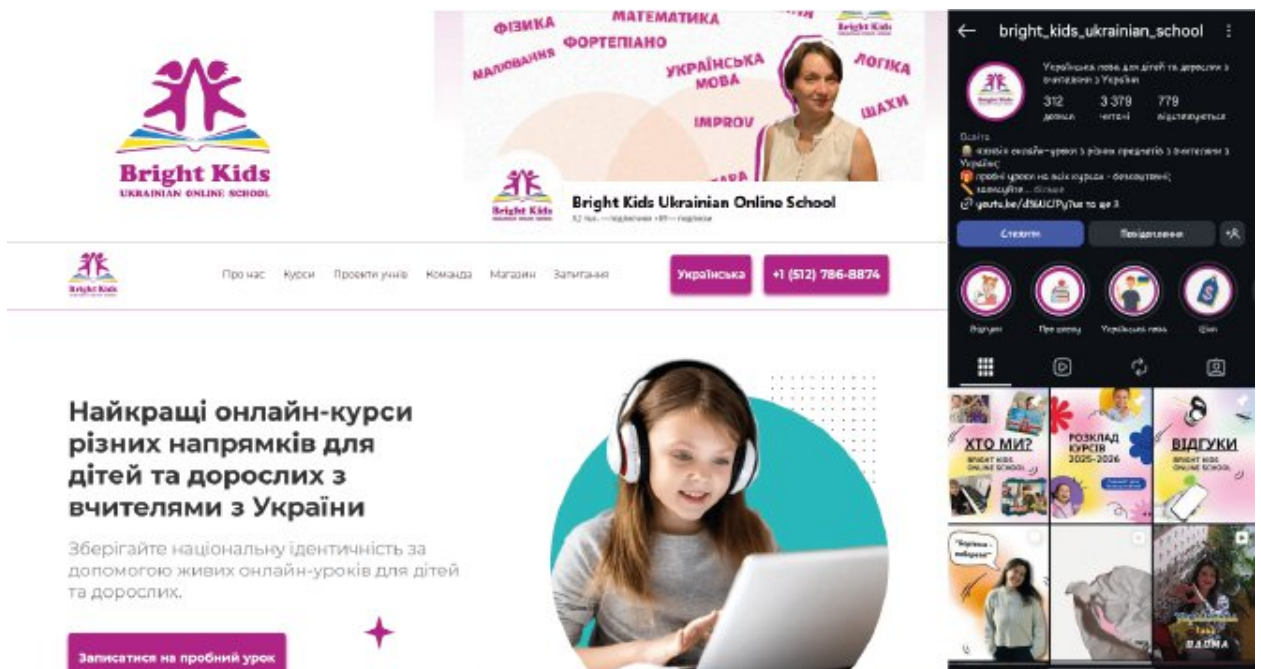


рис.2 елементи айдентики Bright Kids

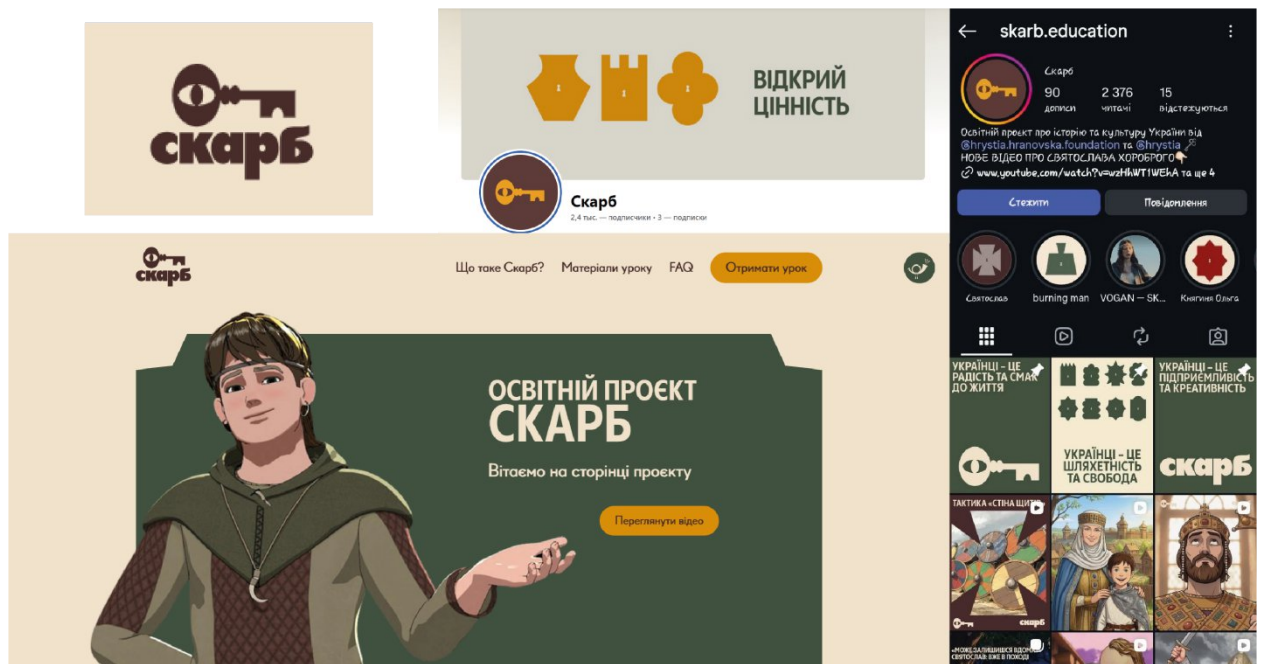


рис.3 елементи айдентики Скарб

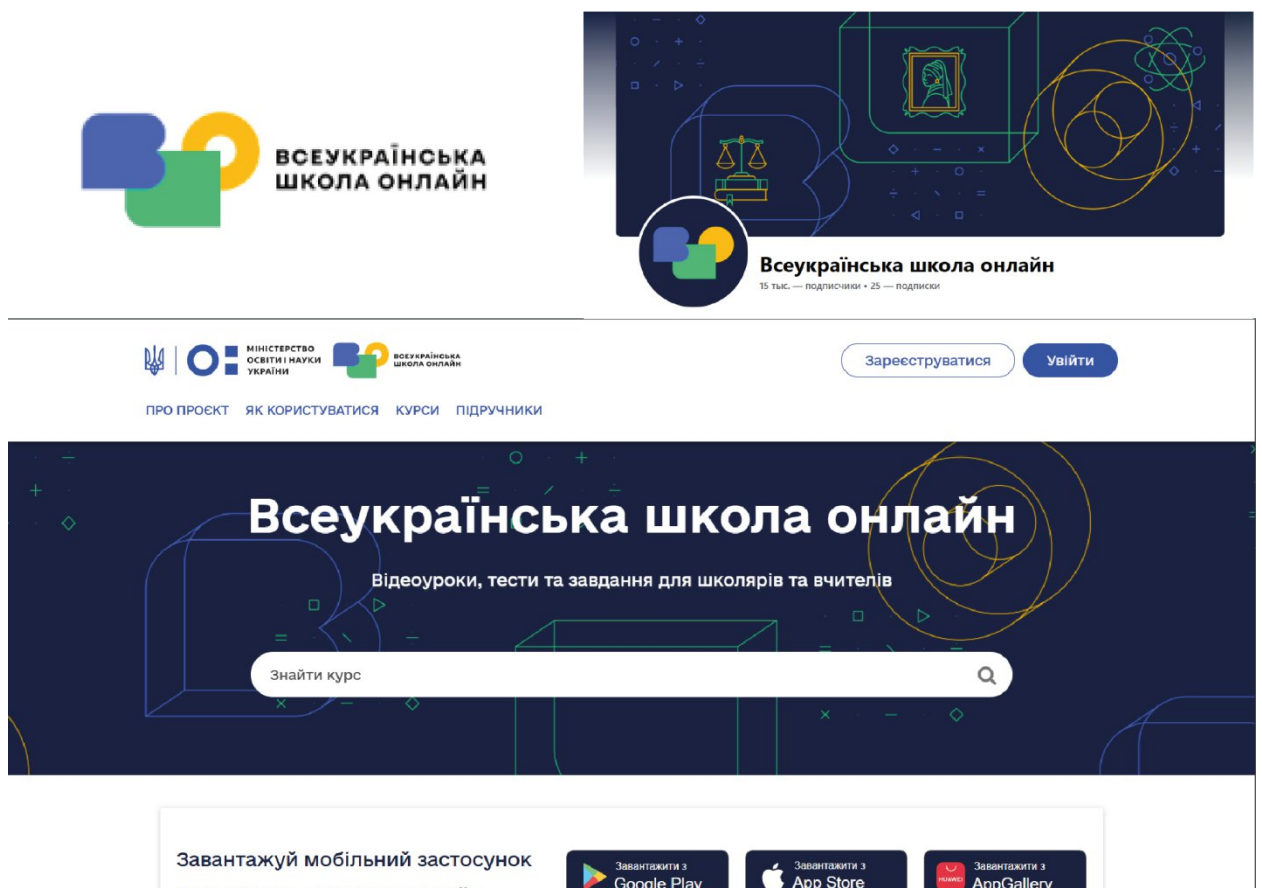


рис.4 елементи айдентики Всеукраїнської школи онлайн

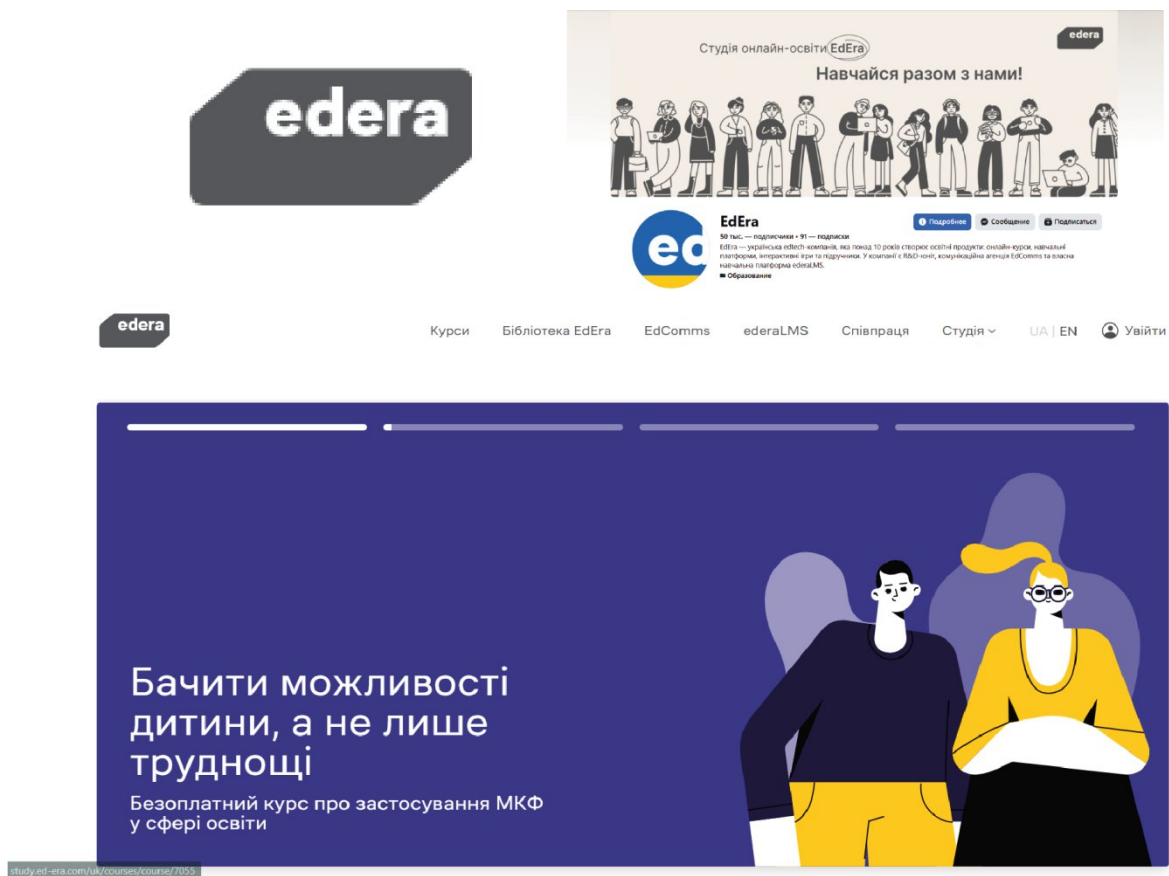


рис.5 елементи айдентики EdEra

Додаток Г

ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ



рис.1 логотип та його варіації

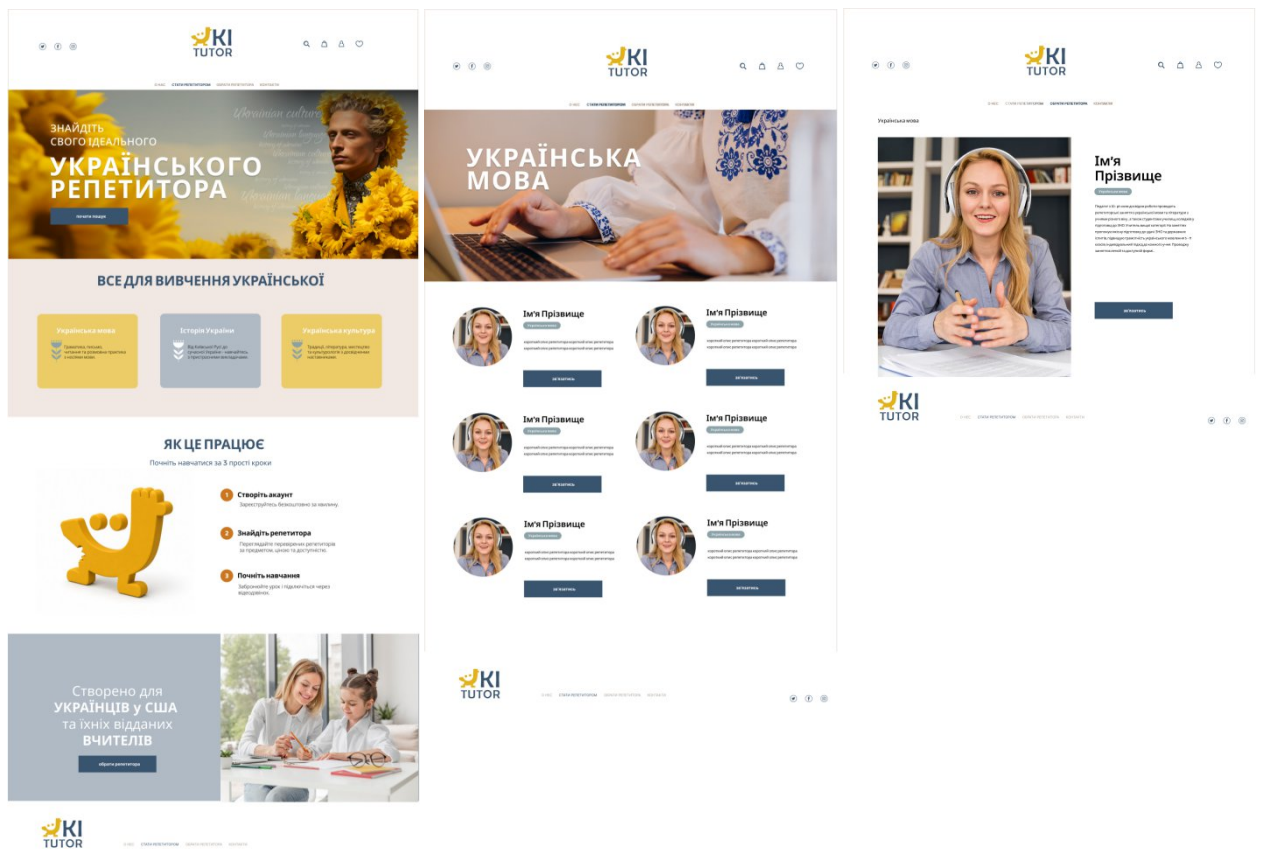


рис.2 дизайн веб сайту



рис.3 іконки для сайту

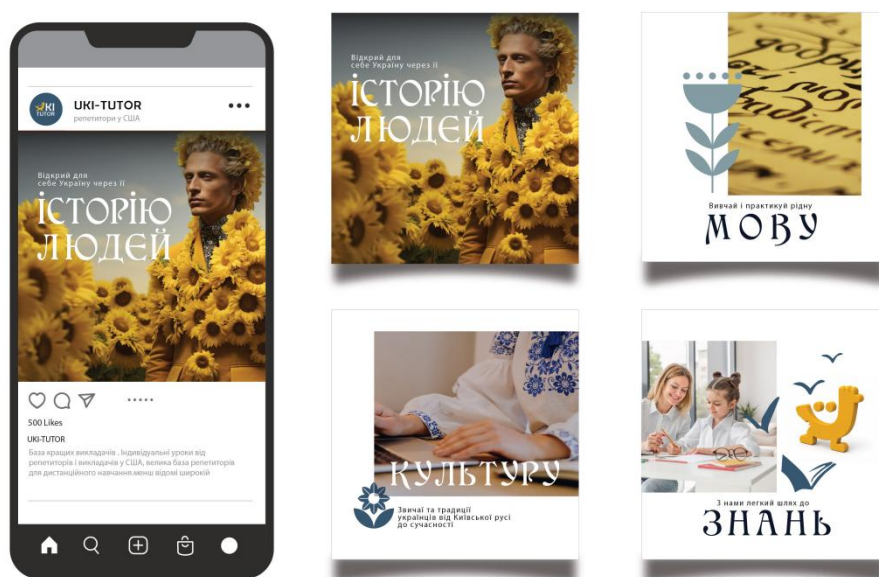


рис.4 шаблони постів для інстаграм



рис.5 рекламні постери

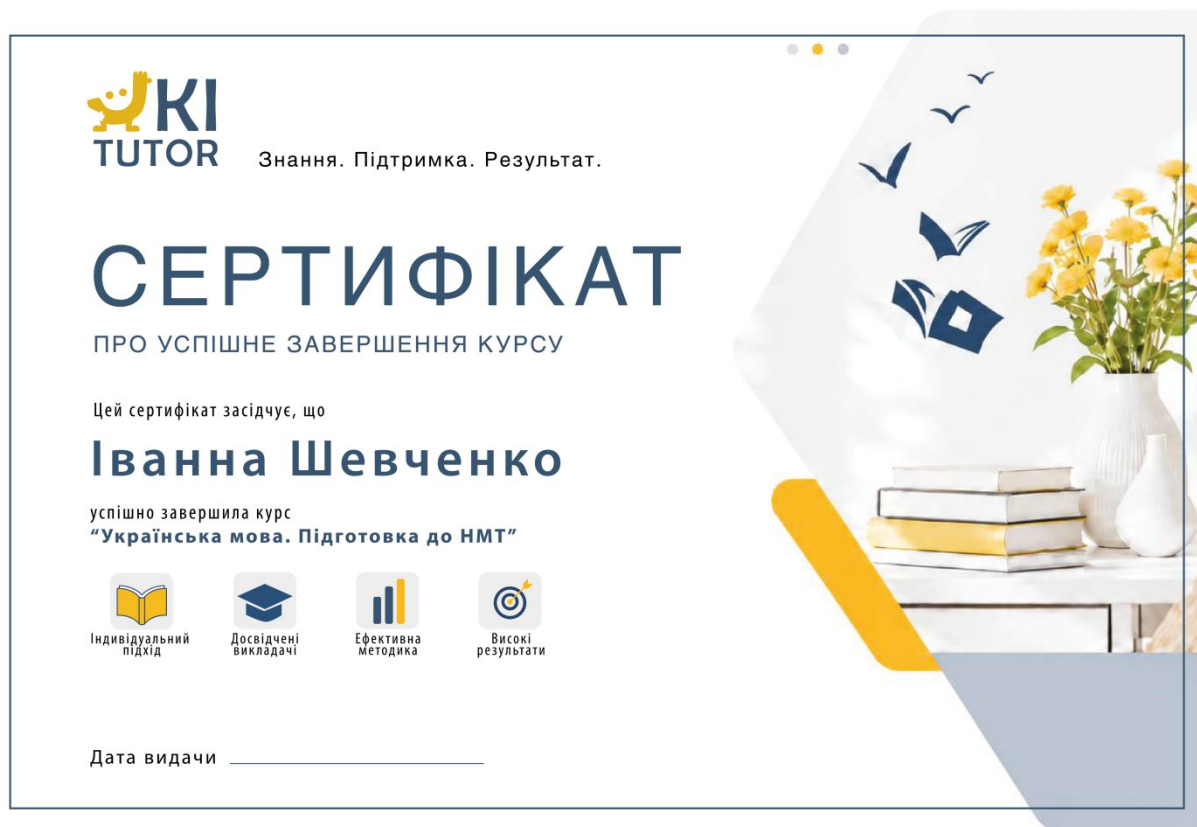


рис.6 сертифікат



рис.7 мокапи