НМЦ ПТО
у Харківській області

# АКТУАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ТА АЙДЕНТИЧНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ:

## РОЛЬ, СПОСОБИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВПЛИВ



**Олена ЯКОВЕНКО,**
**методист НМЦ ПТО у Харківській області**



# Нова реальність вимагає нових підходів до позиціювання




**Зберегти освітній процес — це базова умова виживання. Сформувати довіру та власне впізнаване обличчя — це стратегічна мета розвитку.**

Gemini Notebook

# Що насправді формує образ закладу освіти?

**Рівень 1: Бренд** (Внутрішнє ядро)

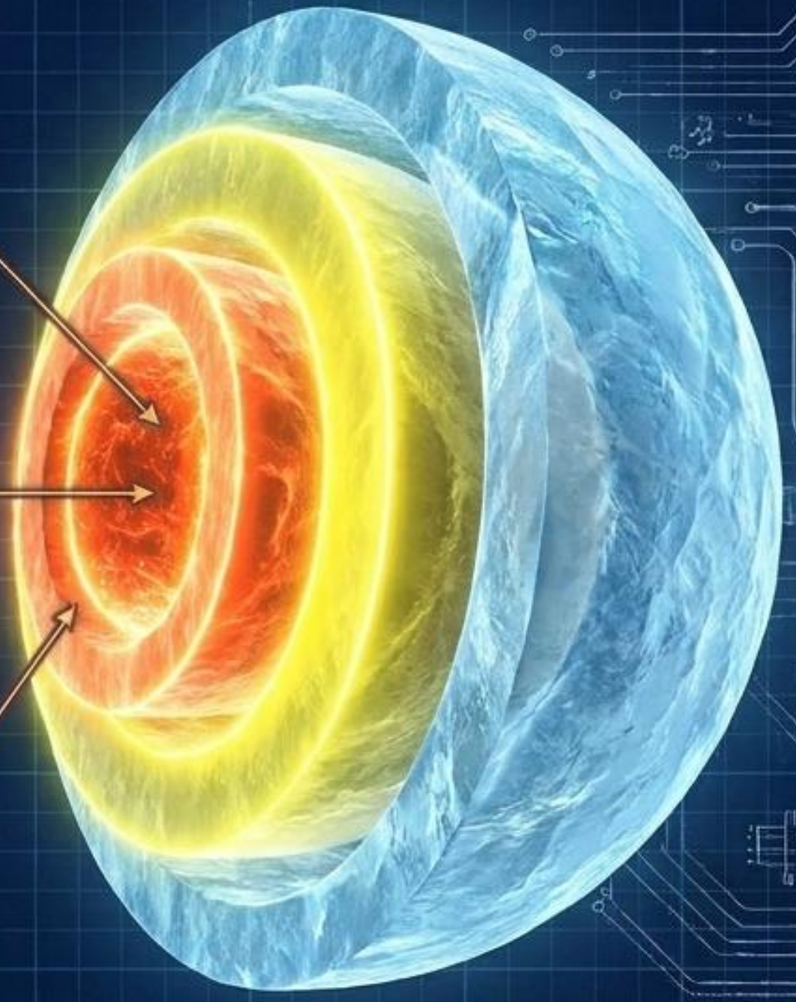
**Як вас сприймають.** (Це результат). Базується на: реальний досвід, досягнення, якість підготовки, актуальність професій, партнерства з роботодавцями.

**Рівень 2: Брендинг** (Середній шар)

**Що ви для цього робите.** (Це процес). Системне управління репутацією, цілеспрямована профорієнтація, комунікація із суспільством.

**Рівень 3: Айдентика** (Зовнішня оболонка)

**Як ви виглядаєте.**
Як ви виглядаєте. (Це інструмент впізнаваності). Логотип, фірмові кольори, шаблони, шрифти, фотостиль.

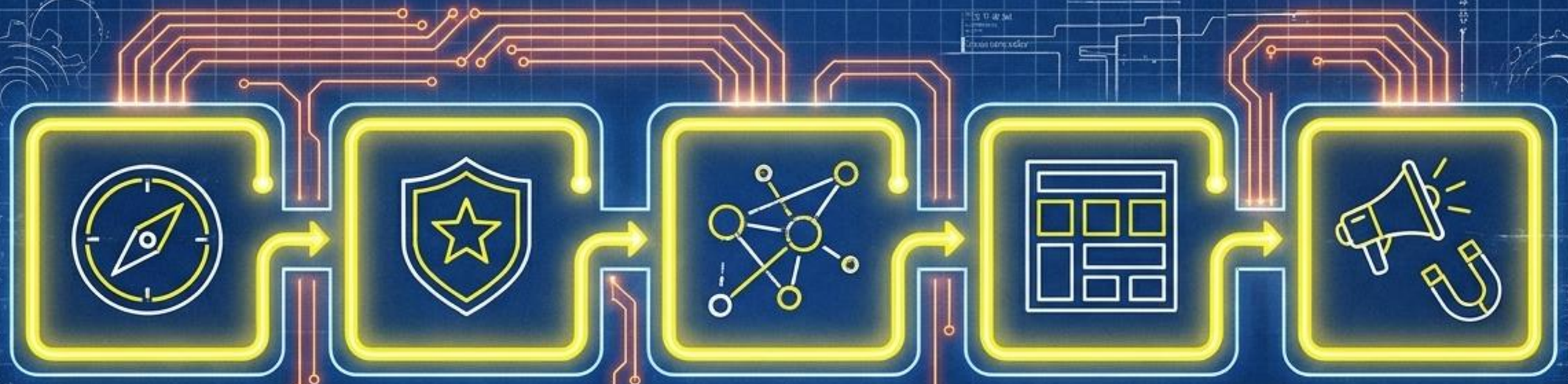


Позитивний образ закладу не виникає сам по собі.

Оболонка (айдентика) працює лише тоді, коли захищає міцне ядро (якість).

Gemini Notebook

# 5 напрямів цілеспрямованої роботи над брендом ЗПО



**Стратегічний**
Місія та конкурентні переваги (позиціювання). Де ми в освітньому просторі?

**Репутаційний**
Довіра через якість та результати. Чого досягають наші випускники?

**Комунікаційний**
Системна взаємодія з аудиторіями. Як ми інформуємо суспільство?

**Візуальний**
Єдиний впізнаваний стиль. Як виглядають наші матеріали?

**Профорієнтаційний**
Популяризація професій та залучення. Чому варто обрати саме нас?

Брендинг — це не разова рекламна кампанія до вступу, а щоденна трансляція реальних переваг закладу.

Gemini Notebook

# З чого складається впізнаваність (Анатомія Айдентики)

**Логотип:** Єдині пропорції, чітко визначене розташування (без спотворень).

**Кольори:** 2-3 фірмові кольори закладу. (Наприклад, синій та жовтий).




**Шрифти:** 1-2 читабельні гротески (шрифти без зарубок) для забезпечення єдності тексту.

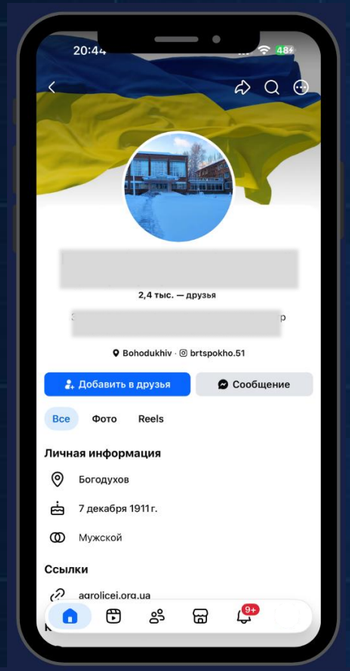
**Фотостиль:** Життя, а не сток. Реальні здобувачі, справжнє обладнання, динаміка процесу.

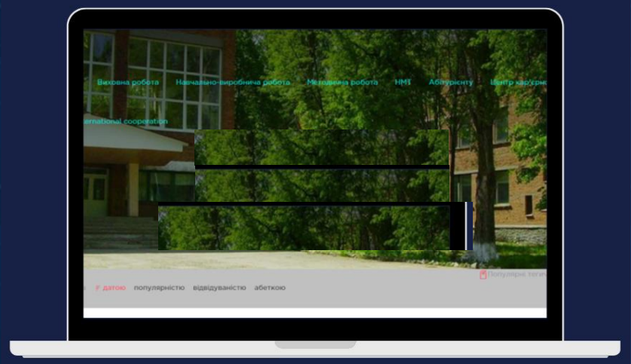
**Графіка:** Стандартні плашки-шаблони для постійних рубрик (“Обирай професію”, “Навчання на практиці”, “Історія успіху”).

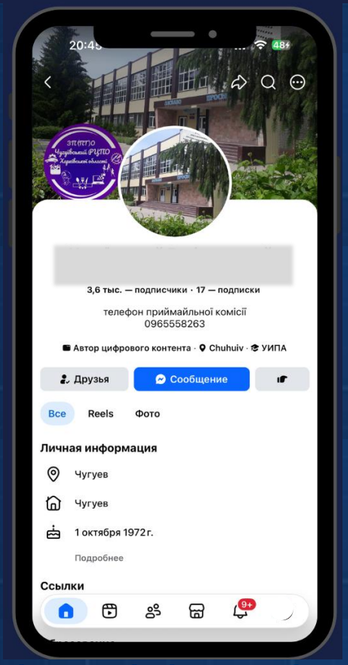
Gemini Notebook

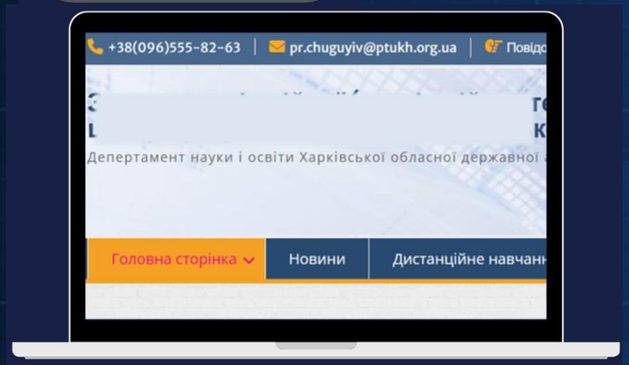
# ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА ЗАКЛАДУ: ВДАЛІ РІШЕННЯ ТА ТИПОВІ ПОМИЛКИ

## ТАК НЕ ВАРТО



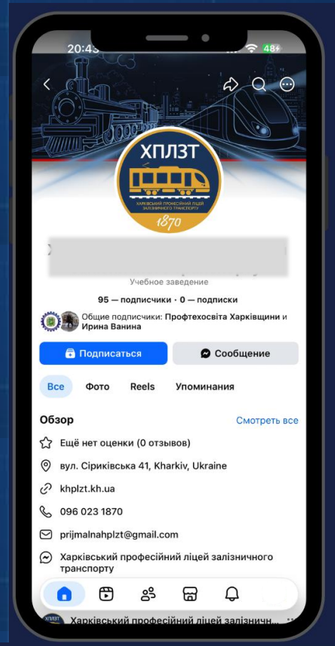



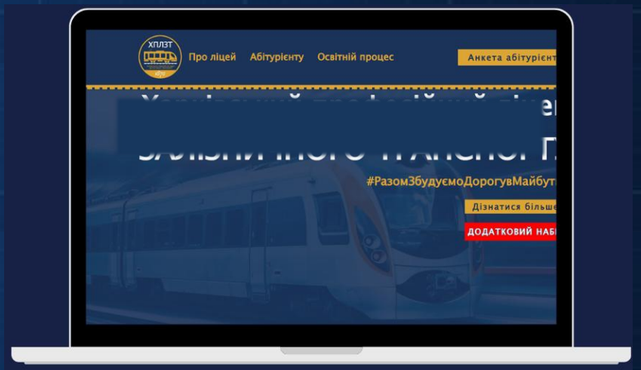


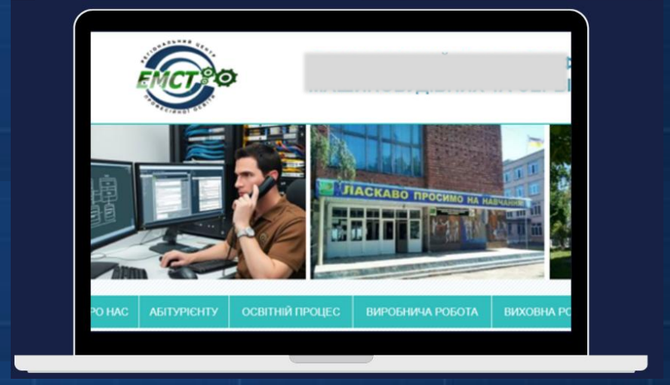



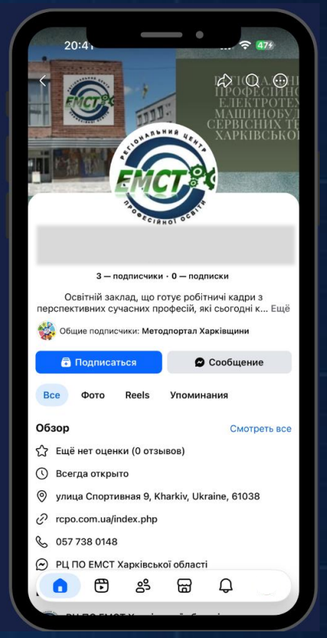

**Різностильність • хаос • відсутність цілісності**

## ТАК ВАРТО




**Єдиний стиль • впізнаваність • системність**

# Позиціювання закладу професійної освіти

### Унікальне місце:

Чітка відмінність в освітньому просторі.



## Ціннісна пропозиція

Чому вступник обирає саме цей заклад.

### Доказова база:

Реальні результати та досвід студентів.

### Профорієнтація:

Відповідність професійним планам молоді.

**Наступний крок:** визначення цільових аудиторій та їхніх інформаційних запитів.

# З ким ми комунікуємо: різні потреби — один бренд

| Аудиторія | Що шукають (Інфо-запит) | Найкращий формат подачі |
|---|---|---|
| **Майбутні вступники** | Професії, умови, студентське життя | TikTok, Instagram, короткі динамічні відео, майстер-класи. |
| **Батьки** | Безпека, якість освіти, перспективи працевлаштування | Офіційний сайт, Facebook, лонгріди, прямі ефіри з відповідями. |
| **Роботодавці** | Навички випускників, якість підготовки | Демонстрація практичного навчання, новини про спільні проєкти. |
| **Громада** | Роль закладу у розвитку та відбудові регіону | Офіційні звіти, суспільні новини, волонтерські ініціативи. |

**Висновок:** Єдиний бренд не означає однаковий контент. Це спільні цінності, але різні формати розмови.

Gemini Notebook

# Профорієнтація як практичний брендинг: Формула інтересу




Gemini Notebook

# Екосистема цифрової присутності ЗПО. Де ми зустрічаємо аудиторію?

**Месенджери (Telegram/Viber):** Швидкі консультації, індивідуальна підтримка вступників.

**Instagram & TikTok:** Візуалізація навичок, динаміка, молодіжне студентське життя.



## Офіційний сайт

Достовірна база, офіційні умови вступу, контакти приймальної комісії. (Точка конверсії).

**Facebook:** Досягнення, партнерства, офіційні новини (орієнтир на батьків і бізнес).

**Інсайт:** Важлива не кількість створених сторінок, а регулярність публікацій, актуальність контенту та швидкість відповідей.

Gemini Notebook

# Матриця контенту: Що показувати, щоб довести цінність?




**Практика:** Навчання зсередини. Демонстрація обладнання та виконання професійних завдань.



**Люди:** Історії успіху. Реальні розповіді про кар'єрний шлях та перші здобутки.



**Бізнес:** Співпраця з роботодавцями. Виробнича практика та вимоги сучасного ринку.



**Атмосфера:** Освітнє середовище. Творчі ініціативи та життя поза заняттями.

**Теза:** Найбільш переконливими є реальні фотографії, а не ідеальні стокові картинки. Автентичність = Довіра.

Gemini Notebook

# Практика цифрової профорієнтації: Кейси Харківщини

**Масштаб:** Челлендж «Building Your Future» (НМЦ ПТО)




**Механіка:** Регіональна YouTube-кампанія (квітень-травень 2023).

**Метрики:** 19 закладів-учасників | 63 відеоролики | 26 представлених професій.

**Результат:** Створення спільної відкритої платформи для видимості профосвіти регіону.

**Система:** Харківське ВПУ сфери послуг




**Механіка:** Системна онлайн-комунікація через Zoom (дні відкритих дверей) + зручний сайт з переходом у Telegram-бот.

**Особливість:** Позиціювання професій сфери послуг через перспективу "власної справи" та самостійності.

Gemini Notebook

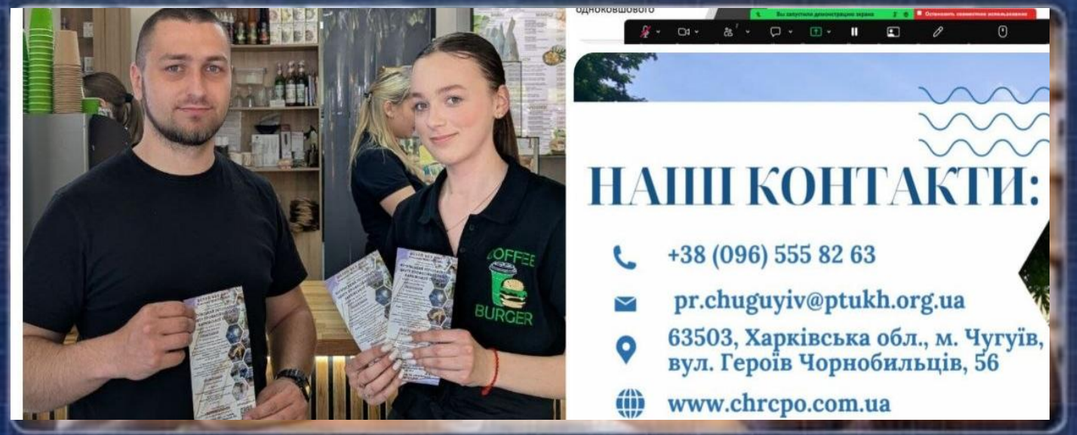
# Професії в дії: Сила безпосереднього досвіду на Харківщині



**Масштабний івент:** ПРОФ-FEST 2026 (м. Харків)

- 12 закладів освіти
- 70 актуальних професій
- Понад 500 учасників

**Фішка:** Інтерактивні майстер-класи та професійні проби наживо. Молодь фізично «мацає» професію.




**Робота з громадами:** Чугуївський РЦПО

- Гібридний підхід: Онлайн-зустрічі зі школами (Печенізька громада)
- Виїзні заходи та індивідуальні консультації на місцях.

**Фішка:** Формування глибокої довіри через особистий контакт та локальну присутність.

**Особливість:** Пормування глибокої довіри вчерйий компу через локальну молової присутністю.

*“Найкраща реклама професійної освіти — це можливість побачити професію в дії та зрозуміти власні перспективи.”*

# Стратегічний Roadmap: 5 кроків до сильного бренду закладу



**Крок 5: Будуйте партнерства.** Залучайте роботодавців, владу та місцеві громади до спільних проєктів.

**Крок 4: Спілкуйтеся там, де аудиторія.** Підтримуйте актуальність сайту, активуйте TikTok для молоді та Facebook для батьків.

**Крок 3: Покажіть професію в дії.** Генеруйте контент безпосередньо з майстерень, знімайте реальних людей.

**Крок 2: Створіть візуальні правила.** Зафіксуйте логотип, 2 шрифти, 3 кольори та розробіть базові шаблони макетів.

**Крок 1: Знайдіть власне обличчя.** Визначте сильні сторони, специфіку та конкурентні переваги вашого ЗПО.

Gemini Notebook