

«BILIMLAB» БІЛІМ БЕРУ ОРТАЛЫҒЫ ҮШІН БІРЕГЕЙ БРЕНД-АЙДЕНТИКА МЕН КЕШЕНДІ ВИЗУАЛДЫ ДИЗАЙН ЖҮЙЕСІН ЖАСАУ

Д. СЕЙДГАЛИ , А.К. ЖАППАРОВА* 

(М.Х.Дулати атындағы Тараз университеті, Қазақстан Республикасы,
Тараз қ., Төле би көш., 40)

Автор-корреспонденттің электрондық поштасы: akmaral_kalievna@mail.ru*

Мақалада «BilimLab» білім беру орталығы үшін бірегей бренд-айдентика мен визуалды дизайнның кешенді жүйесін әзірлеу процесі қарастырылады. Білім беру саласындағы брендинг пен визуалды коммуникациялардың теориялық негіздері зерттелді, білім беру мекемелерінің фирмалық стилін қалыптастырудың қазіргі заманғы үрдістері талданды. Орталықтың құндылығын, миссиясы мен білім беру бағытын көрсететін брендтің тұтас визуалды бейнесін жасауға ерекше назар аударылған. Зерттеу барысында бренд-айдентиканың негізгі элементтері, соның ішінде логотип, фирмалық түс палитрасы, типографика, графикалық элементтер және оларды қолдану ережелері әзірленді. Сондай-ақ, баспа өнімдерінде, сандық ортада, жарнамалық және ақпараттық материалдарда пайдалану үшін визуалды дизайнның кешенді жүйесі ұсынылды. Білім беру ұйымының бәсекеге қабілеттілігін арттыруда айдентика маңызды құрал болып табылады. «BilimLab» орталығы үшін әзірленген бренд-дизайн жүйесі логотип, фирмалық түстер, типографика және графикалық элементтерді қамтиды. Жаңадан ұсынылған фирмалық стиль ұйымның бірегейлігін айқындап, оның танымалдылығын арттыруға, аудитория сенімін нығайтуға және білім беру кеңістігіндегі коммуникациялық тиімділігін күшейтуге мүмкіндік береді. Жұмыс нәтижелері брендтің танымалдылығын арттыруға, оның бәсекелестік артықшылықтарын нығайтуға және нысаналы аудиториямен тиімді коммуникацияны қалыптастыруға бағытталған.

Негізгі сөздер: айдентика, бренд-дизайн, фирмалық стиль, білім беру, визуалды коммуникация, логотип.

РАЗРАБОТКА УНИКАЛЬНОЙ БРЕНД-АЙДЕНТИКИ И КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ ВИЗУАЛЬНОГО ДИЗАЙНА ДЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА «BILIMLAB».

Д. СЕЙДГАЛИ, А.К. ЖАППАРОВА*

(Таразский университет имени М.Х. Дулати, Республика Казахстан,
г. Тараз, ул. Төле би, 40)

Электронная почта автора-корреспондента: akmaral_kalievna@mail.ru*

В статье рассматривается процесс разработки уникальной бренд-айдентики и комплексной системы визуального дизайна для образовательного центра «BilimLab». Исследованы теоретические основы брендинга и визуальных коммуникаций в сфере образования, проанализированы современные тенденции формирования фирменного стиля образовательных учреждений. Особое внимание уделено созданию целостного визуального образа бренда, отражающего ценности, миссию и образовательную направленность центра. В ходе исследования разработаны основные элементы бренд-айдентики, включая логотип, фирменную цветовую палитру, типографику, графические элементы и правила их применения. Также предложена комплексная система визуального дизайна для использования в печатной продукции, цифровой среде, рекламных и информационных материалах. Айдентика является важным инструментом повышения конкурентоспособности образовательной организации. Для центра «BilimLab» была разработана комплексная система бренд-дизайна, включающая логотип, фирменные цвета, типографику и графические элементы. Предложенный фирменный стиль способствует формированию уникального образа организации, повышению её узнаваемости, укреплению доверия аудитории и эффективности коммуникации в образовательном пространстве. Результаты работы направлены на повышение узнаваемости бренда, укрепление его конкурентных преимуществ и формирование эффективной коммуникации с целевой аудиторией.

Ключевые слова: айдентика, бренд-дизайн, фирменный стиль, образование, визуальная коммуникация, логотип.

DEVELOPMENT OF A UNIQUE BRAND IDENTITY AND COMPREHENSIVE VISUAL DESIGN SYSTEM FOR THE BILIMLAB EDUCATIONAL CENTER.

D. SEIDGALI, A.K. ZHAPPAROVA*

(M.H. Dulaty Taraz University, Kazakhstan, Taraz, Tole bi str., 40)

Corresponding author's e-mail: akmaral_kalievna@mail.ru. *

This article examines the process of developing a unique brand identity and a comprehensive visual design system for the educational center "BilimLab". The theoretical foundations of branding and visual communications in the field of education are explored, and current trends in the development of corporate identity for educational institutions are analyzed. Special attention is given to creating a cohesive visual brand image that reflects the center's values, mission, and educational focus. The study resulted in the development of key brand identity elements, including a logo, corporate color palette, typography, graphic elements, and guidelines for their application. In addition, a comprehensive visual design system was proposed for use in printed materials, digital media, advertising, and informational products. Brand identity is an important tool for enhancing the competitiveness of an educational organization. A comprehensive brand design system was developed for the BilimLab center, including a logo, corporate colors, typography, and graphic elements. The proposed visual identity helps establish the organization's unique image, increase its recognition, strengthen audience trust, and improve communication effectiveness within the educational environment. The results of the work are aimed at increasing brand recognition, strengthening its competitive advantages, and establishing effective communication with the target audience.

Keywords: identity, brand design, corporate identity, education, visual communication, logo.

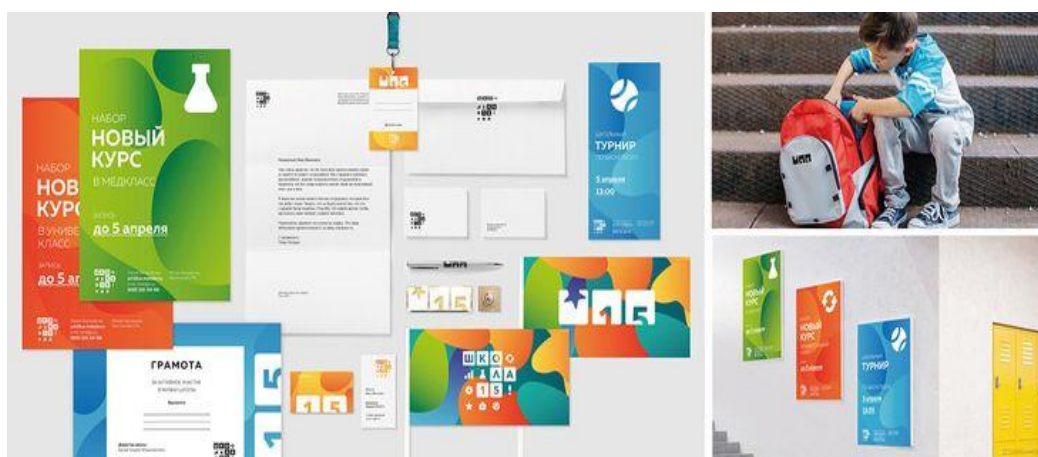
Kipicne

Қазіргі білім беру кеңістігінде ұйымның табысты дамуы тек сапалы білім берумен ғана емес, сонымен қатар оның айқын қалыптасқан визуалды бейнесімен де байланысты. Осы тұрғыда айдентика білім беру мекемесінің имиджін қалыптастырып, оны басқа ұйымдардан ерекшелендіретін маңызды құрал болып табылады. Айдентика – ұйымның миссиясын, құндылықтарын және қызмет бағытын визуалды түрде бейнелейтін элементтер жүйесі.

Білім беру саласындағы айдентика тек эстетикалық функция атқарып қана қоймай, сонымен қатар ақпараттық және коммуникациялық қызметті де жүзеге асырады. Ол білім беру орталығының сенімділігін арттырып,

білім алушылар мен ата-аналар арасында оң көзқарас қалыптастыруға ықпал етеді. Осыған байланысты заманауи білім беру ұйымдары үшін кешенді бренд-дизайн жүйесін қалыптастыру өзекті мәселелердің бірі болып саналады [1].

Фирмалық стиль ұйымды визуалды сәйкестендірудің негізгі элементтерінің бірі болып табылады және брендтің танымалдығын қамтамасыз ететін графикалық, түсті, типографиялық және композициялық шешімдердің жиынтығы болып табылады. Ол компанияның тұтас бейнесін қалыптастырады, мақсатты аудитория тарапынан сенім орнатуға ықпал етеді және бәсекелестер арасында ерекшеленуге мүмкіндік береді.



Сурет 1. Білім беру орталығының фирмалық стилі

Зерттеу материалдары мен әдістері

Зерттеу барысында «BilimLab» білім беру орталығы үшін бірегей бренд-айдентика мен визуалды дизайнның кешенді жүйесін әзірлеуге бағытталған теориялық және практикалық әдістер қолданылды. Зерттеу материалдары брендинг, графикалық дизайн және визуалды коммуникациялар бойынша ғылыми жарияланымдар, білім беру мекемелерінің фирмалық стилінің заманауи үлгілері, сондай-ақ айдентика мен бренд-стратегияларды әзірлеуге арналған сандық ресурстар болды. Зерттеу объектісі ретінде «BilimLab» білім беру орталығының визуалды ұқсастығы және оның танымал брендті қалыптастырудағы рөлі қарастырылды. Жұмыс барысында зерттеудің мынадай әдістері қолданылды: ғылыми әдебиетті және брендинг саласындағы қазіргі заманғы үрдістерді талдау; білім беру ұйымдарының қолданыстағы көрнекі жүйелерін салыстырмалы талдау; бренд-айдентиканың табысты кейстерін зерттеу кезіндегі ұқсастық әдісі; фирмалық стиль элементтерін графикалық модельдеу және жобалау; композициялық және колористикалық талдау; бірыңғай дизайн-тұжырымдаманы жасау кезіндегі көзбен шолып синтездеу әдісі. Зерттеудің практикалық бөлігі логотипті, фирмалық түс палитрасын, типографиялық шешімдерді, графикалық элементтерді және фирмалық стильді тасымалдаушыларды әзірлеуді қамтыды. Жобалық шешімдерді визуализациялау үшін заманауи графикалық редакторлар мен жобалаудың цифрлық құралдары пайдаланылды. Алынған нәтижелер көрнекі тұтастығы, функционалдылығы, эстетикалық мәнерлілігі және «BilimLab» білім беру орталығының миссиясы мен құндылықтарына сәйкестігі тұрғысынан бағаланды.

«BilimLab» білім орталығы мысалында кешенді бренд-дизайн жүйесін құру – орталықтың бірегей визуалды стилін қалыптастыруға бағытталған жүйелі шығармашылық процесс. Бұл жүйе логотипті, фирмалық түстерді, типографияны, графикалық элементтерді, жарнамалық және ақпараттық материалдарды қамтиды. Мұндай кешенді тәсіл ұйымның барлық коммуникациялық құралдарында біртұтас визуалды стильді сақтауға мүмкіндік береді.

Бренд-дизайн жүйесін құру бірнеше кезеңнен тұрады: аналитикалық зерттеу, бренд концепциясын, логотип пен фирмалық стиль элементтерін жобалау, брендті тасымалдау-

шыларды дайындау және брендбук жасау [2]. Әр кезең білім беру орталығының ерекшеліктерін ескере отырып жүзеге асырылады және нәтижесінде ұйымның тұрақты әрі танымал визуалды бейнесі қалыптасады.

Бренд-дизайн жүйесін құрудағы алғашқы және маңызды кезеңдердің бірі – аналитикалық зерттеу кезеңі. Бұл кезеңде «BilimLab» білім орталығының қызмет ететін ортасы, білім беру нарығындағы жағдайы және оның бәсекелестік мүмкіндіктері жан-жақты талданады. Аналитикалық зерттеу болашақ брендтің концепциясын дұрыс қалыптастыруға негіз болады. Ең алдымен білім беру нарығына талдау жүргізіледі. Бұл талдау барысында аймақтағы және онлайн кеңістіктегі білім беру орталықтарының қызметі, олардың бағыттары, бағдарламалары, қызмет көрсету ерекшеліктері зерттеледі. Сонымен қатар олардың визуалды стилі, логотиптері, жарнамалық материалдары және коммуникациялық стратегиялары қарастырылады. Мұндай талдау «BilimLab» орталығының білім беру нарығындағы орнын анықтауға және оны басқа ұйымдардан ерекшелендіретін артықшылықтарын айқындауға мүмкіндік береді [3].

Зерттеу нәтижелері және оларды талқылау

Жүргізілген зерттеу нәтижесінде «BilimLab» білім беру орталығы үшін бірегей бренд-айдентика және оның миссиясын, құндылықтары мен қазіргі заманғы білім беру бағытын көрсететін кешенді визуалды дизайн жүйесі әзірленді. Білім беру брендинг саласындағы қолданыстағы шешімдерді талдау тиімді көзбен шолу сәйкестігі ұйымның танымалдығын арттыруға, нысаналы аудиторияның сенімін нығайтуға және бәсекелестік артықшылықтарды қалыптастыруға ықпал ететінін көрсетті.

Талдамалық кезеңнің нәтижелері негізінде білім беруді, зерттеу қызметін және оқытуға инновациялық тәсілді біріктіретін «Білім зертханасы» идеясына негізделген бренд тұжырымдамасы қалыптастырылды. Бұл тұжырымдама логотипті, фирмалық түсті палитраны, типографияны және қосымша графикалық элементтерді әзірлеуге негіз болды.

Әзірленген логотип кітаптың және зертханалық колбаның символикасын біріктіреді, бұл академиялық білім мен практикалық зерттеулер арасындағы байланысты визуалды көрсетеді. Логотиптің композициялық шешімі қысқалығымен, жақсы масштабталуымен және

эртүрлі тасымалдағыштарға бейімделуімен ерекшеленеді. Жобалау барысында қанық көк, көгілдір және сары түстердің үйлесіміне негізделген түсті гамма таңдалды. Жүргізілген колористикалық талдау таңдалған түстердің интеллектпен, сенімділікпен, инновациямен және шығармашылық белсенділікпен байланыстырылатынын көрсетті, бұл білім беру орталығының ұстанымына сәйкес келеді.

Көрнекі коммуникациялардың бірыңғай жүйесін әзірлеуге ерекше назар аударылды. Фирмалық стильдің жасалған элементтері түрлі тасығыштарда: визит карточкаларында, бланкілерде, жарнамалық өнімдерде, әлеуметтік желілерде, веб-ресурстарда және акпараттық материалдарда пайдалануға бейімделген [4,5]. Бұл брендтің көрнекі тұтастығын қамтамасыз етуге және оның аудиториямен коммуникациясының тиімділігін арттыруға мүмкіндік берді.

Алынған нәтижелер бренд-айдентиканы әзірлеудің кешенді тәсілі білім беру мекемесінің тұрақты көрнекі бейнесін қалыптастыруға ықпал ететінін растайды. Тек сәндік элементтерге негізделген көптеген қолданыстағы шешімдерге қарағанда, ұсынылған жүйе брендтің стратегиялық міндеттеріне бағдарланған және оның бәсекелес білім беру ортасында танымалдылығын қамтамасыз етеді.

Осылайша, «BilimLab» білім беру орталығы үшін әзірленген бренд-айдентика және визуалды дизайн жүйесі жоғары практикалық мәнге ие және білім беру ұйымының имиджін ұстану, ілгерілету және нығайтудың тиімді құралы бола алады.

Аналитикалық зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, бренд-дизайн жүйесін қалыптастырудың келесі маңызды кезеңі – бренд концепциясын әзірлеу болып табылады. Бұл кезеңде «BilimLab» білім орталығының негізгі идеясы, философиясы және брендтің жалпы бағыт-бағдары анықталады. Бренд концепциясы ұйымның миссиясын, құндылықтарын және білім беру саласындағы ерекшеліктерін көрнекі әрі мазмұндық тұрғыдан көрсетуге бағытталады.

Ең алдымен орталықтың бренд позициясы анықталады. Яғни, «BilimLab» білім беру нарығында қандай бағытта дамитыны, қандай білім беру қызметтерін ұсынатыны және оның басқа орталықтардан айырмашылығы айқындалады [7,8]. Бұл кезеңде орталықтың инновациялық білім беру технологияларын қолданатын, шығармашылық ойлауды дамытатын және заманауи білім беру

ортасын қалыптастыратын мекеме ретінде бейнесі қалыптасуы мүмкін.

Келесі кадам – брендтің негізгі идеясы мен құндылықтарын қалыптастыру. «BilimLab» атауының өзі білім, зерттеу және тәжірибе ұғымдарын біріктіреді. Сондықтан бренд концепциясында білімге деген қызығушылық, ізденіс, ғылыми ойлау, шығармашылық даму сияқты құндылықтар көрініс табады. Бұл идеялар кейін брендтің визуалды элементтерінде, коммуникациялық стилінде және жарнамалық материалдарында бейнеленеді.

Сонымен қатар бұл кезеңде брендтің визуалды бағыты анықталады. Яғни, болашақ логотиптің стилі, графикалық элементтердің сипаты, түстік шешімдер мен типографика бағыты белгіленеді [9,10]. Мысалы, білім беру саласына тән сенімділік пен тұрақтылықты білдіретін көк немесе жасыл түстер қолданылуы мүмкін, ал графикалық элементтер білім, зертхана, ғылым немесе технология символикасымен байланысты болуы ықтимал.

Бренд концепциясын жасау барысында брендтің коммуникациялық стилі де қалыптастырылады. Бұл орталықтың аудиториямен қандай тілде және қандай визуалды тәсілдер арқылы байланыс жасайтынын анықтайды. Коммуникация стилі заманауи, ашық, түсінікті және білімге ынталандыратын сипатта болуы тиіс.

Бренд концепциясын әзірлеу кезеңінде «BilimLab» білім орталығының идеялық және визуалды негізі қалыптасады. Бұл негіз кейін логотипті, фирмалық стиль элементтерін және жалпы айдентика жүйесін жобалауға бағыт беретін маңызды стратегиялық құжат ретінде қызмет атқарады.

Фирмалық стильдің басты элементі – логотип (Сурет 2). Логотип орталықтың басты таным белгісі ретінде қарапайымдылық, инновация және даму идеяларын бейнелейді. Оның құрылымында графикалық символ мен қаріптік бөлім үйлесім тапқан. Графикалық элемент білімге құштарлықты, үздіксіз өсуді немесе зертханалық ізденісті меңзейтін нышандарды қамтиды [11].

«BilimLab» білім беру орталығының фирмалық стилін жасау барысында негізгі шешім ретінде инновациялық тәсілдер мен академиялық білімнің синтезін бейнелейтін «Білім лабораториясы» концепциясы таңдалды. Бұл шешім орталықтың атауындағы мағыналық жүктемені ашуға және оның заманауи білім беру кеңістігіндегі ерекшелігін көрсетуге бағытталған. Дизайн жобасының негізгі өзегі

ретінде минимализм мен функционалдылық таңдалып, бұл оқу процесінің айқындылығы мен жүйелілігін білдіреді.

Логотиптің графикалық құрылымында білім символы болып табылатын кітап бейнесі мен ғылыми ізденістің нышаны — зертханалық колбаның сұлбасы ұштастырылды. Бұл екі элементтің үйлесімі орталықтың тек теориялық білім беріп қана қоймай, сонымен қатар практикалық дағдыларды қалыптастыруға, зерттеу жұмыстарына басымдық беретінін

айқындайды. Логотиптің геометриялық пішіндері нысанның тұрақтылығы мен сенімділігін білдірсе, жұмсақ сызықтар оқушылар үшін жайлы әрі креативті ортаның бар екенін аңғартады. Түстік гамманы таңдауда психологиялық қабылдау ерекшеліктеріне баса назар аударылды [12]. Негізгі түс ретінде қанық көк (deep blue) түсі таңдалды, себебі ол интеллекттің, терең білімнің және кәсібиліктің символы болып табылады.



Сурет 2. Adobe Illustrator бағдарламасында шаблону мен логотип

Оған қосымша ретінде ашық көгілдір және жарқын сары түстер енгізілді. Көгілдір түс технологиялық даму мен болашаққа деген ұмтылысты білдірсе, сары түс энергияны, шығармашылықты және оқуға деген құш-

тарлықты оятады. Мұндай түстік контраст брендтің визуалды коммуникациясын тартымды етіп қана қоймай, аудиторияның есінде тез сақталуына ықпал етеді (Сурет 3).



Сурет 3. Фирмалық стильдің тасымалдаушылары

Қаріптік шешім ретінде заманауи, «sans-serif» (кесіндісіз) тобына жататын гротеск қаріптері таңдалды. Бұл таңдау орталықтың ашықтығын, заманауилығын және ақпараттың жеңіл оқылуын қамтамасыз етеді. Қаріптің қалыңдығы мен пропорциялары кез келген тасымалдағышта — визиткадан бастап үлкен билбордтарға дейін — сапалы көрінуін кепілдендіреді [12,13].

Фирмалық стильдің қосымша графикалық элементтері ретінде деректерді визуализациялауға арналған сызықтық иконкалар мен абстрактілі пішіндер әзірленді. Бұл элементтер брендбуктің біртұтастығын сақтай отырып, оқу материалдарында, веб-сайтта және әлеуметтік желілердегі парақшаларда орталықтың бірегей стилін қалыптастырады [14,15]. Таңдалған негізгі шешім «BilimLab» орталығының нарықтағы бәсекелестік қабілетін арттырып, оның білім беру саласындағы беделін нығайтуға, сондай-ақ мақсатты аудиториямен (оқушылармен және ата-аналармен) эмоционалды байланыс орнатуға толық мүмкіндік береді. Осылайша, ұсынылған дизайн-жоба эстетикалық жағынан ғана емес, стратегиялық тұрғыдан да негізделген, брендтің миссиясы мен құндылықтарын толық ашатын кешенді шешім болып табылады.

Қорытынды

Білім беру ұйымдарының бәсекеге қабілеттілігін арттыруда айдентика маңызды рөл атқарады. Қазіргі ақпараттық қоғамда білім беру орталықтарының визуалды бейнесі олардың имиджін қалыптастырып, аудиториямен тиімді коммуникация орнатуға мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан алғанда, «BilimLab» орталығы үшін кешенді бренд-дизайн жүйесін құру ұйымның бірегейлігін айқындап, оның білім беру кеңістігіндегі позициясын нығайтуға бағытталған маңызды қадам болып табылады.

«BilimLab» орталығының фирмалық стилін әзірлеудің негізгі кезеңдері анықталды. Логотип, фирмалық түстер, типографика және графикалық элементтерден тұратын визуалды коммуникация жүйесі орталықтың миссиясы мен құндылықтарын көрсетуге бағытталды. Сонымен қатар фирмалық стиль элементтерін түрлі тасымалдаушыларда — полиграфиялық өнімдерде, жарнамалық материалдарда және цифрлық ортада қолдану мүмкіндіктері ұсынылды.

Ұсынылған айдентика білім беру орталығының танымалдылығын арттыруға, аудитория сенімін күшейтуге және оның коммуникациялық тиімділігін жоғарылатуға ықпал

етеді. Осылайша, білім беру саласындағы айдентиканы кәсіби деңгейде жобалау ұйымның стратегиялық дамуының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Туэмлоу, Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. - М: Астрель, 2016.- 298с.
2. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – 224 с.
3. Абоимова, И.С. Развитие профессиональных навыков у будущих графических дизайнеров в вузе / И.С. Абоимова, И.Л. Белова, Е.Н. Гурьянчева // Проблемы современного педагогического образования. – 2025. – № 86-3. – С. 4-6
4. Овчинникова Р.Ю. Основы графического проектирования. Дизайн в рекламе - М.: Юнити-Дана, 2009. - 239с.
5. Дэвид Эйри. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера: второе издание. Издательство Питер, 2016, С. 224 (Офсет)
6. Усатая Т.В. Дизайн-проектирование [Электронный ресурс]: Учебник / Т.В. Усатая, Л.В. Дерябина. - Москва: Академия, 2020.
7. Минаева О.Д. Брендинг и визуальные коммуникации в современном дизайне. – М.: Юрайт, 2023. – 215 с.
8. Луптон Э. Графический дизайн. Базовые концепции. – СПб.: Питер, 2021. – 256 с.
9. Глэйзер М. Дизайн и визуальные коммуникации. – М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2019. – 224 с.
10. Рудер Э. Типографика. Руководство по оформлению печатной продукции. – М.: Издательство Д. Аронов, 2017. – 288 с.
11. Уилер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. – М.: Альпина Паблишер, 2022. – 336 с.
12. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен; пер. с нем. – М.: Издатель Д. Аронов, 2015. – 96 б.
13. Перцини П. Основы фирменного стиля и брендинга. – СПб.: БХВ-Петербург, 2020. – 240 с.
14. Шарков Ф.И. Брендинг и бренд-коммуникации: теория и практика. – М.: Дашков и К, 2023. – 320 с.
15. Назайкин А.Н. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. – М.: Инфра-М, 2021. – 276 с.

REFERENCES

1. Tuemlou E. Graficheskiy dizayn. Firmennyy stil', noveyshie tekhnologii i kreativnye idei [Graphic Design. Corporate Identity, Latest Technologies and Creative Ideas]. – Moscow: Astrel', 2016. – 298 p. (In Russian).
2. Eyri D. Logotip i firmennyy stil'. Rukovodstvo dizaynera [Logo Design Love: A Guide to

Creating Iconic Brand Identities]. – 2nd ed. – Saint Petersburg: Piter, 2016. – 224 p. (In Russian).

3. Aboimova I.S., Belova I.L., Gur'yancheva E.N. Razvitie professional'nykh navykov u budushchikh graficheskikh dizaynerov v vuze [Development of Professional Skills of Future Graphic Designers at University] // Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya. – 2025. – No. 86-3. – P. 4–6. (In Russian).

4. Ovchinnikova R.Yu. Osnovy graficheskogo proektirovaniya. Dizayn v reklame [Fundamentals of Graphic Design. Design in Advertising]. – Moscow: Yuniti-Dana, 2009. – 239 p. (In Russian).

5. Eyri D. Logotip i firmennyi stil'. Rukovodstvo dizaynera [Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities]. – 2nd ed. – Saint Petersburg: Piter, 2016. – 224 p. (In Russian).

6. Usataya T.V., Deryabina L.V. Dizayn-proektirovanie [Design Engineering] [Electronic resource]: Textbook. – Moscow: Akademiya, 2020. (In Russian).

7. Minaeva O.D. Branding i vizual'nye kommunikatsii v sovremennom dizayne [Branding and Visual Communications in Contemporary Design]. – Moscow: Yurayt, 2023. – 215 p. (In Russian).

8. Lupton E. Graficheskiy dizayn. Bazovye kontseptsii [Graphic Design: The New Basics]. – Saint Petersburg: Piter, 2021. – 256 p. (In Russian).

9. Gleyzer M. Dizayn i vizual'nye kommunikatsii [Design and Visual Communications]. – Moscow: Izdatel'stvo Studii Artemiya Lebedeva, 2019. – 224 p. (In Russian).

10. Ruder E. Tipografika. Rukovodstvo po oformleniyu pechatnoy produktsii [Typography: A Manual of Design]. – Moscow: Izdatel' D. Aronov, 2017. – 288 p. (In Russian).

11. Uiler A. Individual'nost' brenda. Rukovodstvo po sozdaniyu, prodvizheniyu i podderzhke sil'nykh brendov [Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team]. – Moscow: Al'pina Publisher, 2022. – 336 p. (In Russian).

12. Itten I. Iskustvo tsveta [The Art of Color]. – Moscow: Izdatel' D. Aronov, 2015. – 96 p. (In Russian).

13. Pertsini P. Osnovy firmennogo stilya i brendinga [Fundamentals of Corporate Identity and Branding]. – Saint Petersburg: BKhV-Peterburg, 2020. – 240 p. (In Russian).

14. Sharkov F.I. Branding i brend-kommunikatsii: teoriya i praktika [Branding and Brand Communications: Theory and Practice]. – Moscow: Dashkov i K, 2023. – 320 p. (In Russian).

15. Nazaykin A.N. Vizual'nye kommunikatsii v reklame i dizayne [Visual Communications in Advertising and Design]. – Moscow: Infra-M, 2021. – 276 p. (In Russian).