

III ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»



ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ К. Д. УШІНСЬКОГО

Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»



ХУДОЖНЬО-
ГРАФІЧНИЙ
ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ТА ДИЗАЙНУ



23-24 КВІТНЯ 2026 Р.
м. Одеса, Україна

Міністерство освіти і науки України

**Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
художньо-графічний факультет
кафедра професійної освіти та дизайну**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**III ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

**«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ
ТА МИСТЕЦТВІ»**

23-24 квітня 2026 р.

Одеса, 2026

УДК: 378:[37+7]:001.895

I-66

DOI: 10.5281/zenodo.21358452

Рекомендовано до друку Вченою радою Державного закладу
«Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського» (протокол № 15 від 25.06.2026 р.)

Рецензенти:

Бредньова Віра Петрівна, кандидат технічних наук, професор кафедри
нарисної геометрії та інженерної графіки Одеської державної академії
будівництва та архітектури;

Бартенєва Ірина Олександрівна, кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки Державного закладу «Південноукраїнський
національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

I-66 Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві : матеріали III Всеукраїнської
науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Одеса,
23-24 квітня 2026 року. Одеса: Університет Ушинського, 2026. 301 с.

До збірника увійшли матеріали III Всеукраїнської науково-практичної
конференції «Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві», яка відбулася у
Державному закладі «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського» 23–24 квітня 2026 року. Матеріали
конференції відображають науково-дослідницькі та методично орієнтовані
підходи, а також сучасні тенденції використання інновацій і висвітлюють
актуальні проблеми освіти, дизайну та мистецтва в контексті сьогодення.

Збірник призначений для науковців (докторантів, аспірантів),
здобувачів вищої освіти вітчизняних і зарубіжних закладів, педагогічних
працівників різних типів освітніх установ, а також художників, дизайнерів і
представників творчих індустрій.

Відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності в
текстах доповідей несуть їх автори.

© Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського», 2026

© Колектив авторів, 2026

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»

23-24 квітня 2026 р.

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова:

Штайнер Тетяна Віталіївна – викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Заступник голови:

Лісогор Алла Вікторівна – викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Відповідальний секретар конференції:

Шедіна Світлана Віталіївна – викладачка-стажистка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Члени оргкомітету:

Твердохлібова Яніна Миколаївна – виконувачка обов'язків деканки художньо-графічного факультету Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Усов Валентин Валентинович – завідувач кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор фізико-математичних наук, професор;

Колесова Олена Анатоліївна – кандидатка філософських наук, старша викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Кібіч Денис Олександрович – доктор філософії, викладач кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Страутман Лінда Леонідівна – асистентка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

<i>Gurina K., Lisohor A.</i> PROJECT-BASED LEARNING IN DESIGN EDUCATION: FASHION DESIGN AS A PROJECT PROCESS	137
<i>Dotsenko I., Lisohor A.</i> MATERIAL AS A CONCEPT IN FASHION DESIGN: EXPERIMENTAL APPROACHES TO FORM-MAKING AND DESIGN	143
<i>Касьяненко О. С., Штайнер Т. В.</i> ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	148
<i>Кібіч Д. О.</i> МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ВІТРАЖНОЇ КОМПОЗИЦІЇ ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З КОЛЬОРОМ У ДИЗАЙН- ПРОЄКТУВАННІ	152
<i>Kolpak O., Strautman L.</i> INNOVATIVE TECHNOLOGIES AND THE TECTONICS OF COSTUME AS A FOUNDATION FOR CONTEMPORARY FASHION AND ACCESSORY DESIGN	155
<i>Мига Д. С., Колесова О. А.</i> ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ В УМОВАХ ВОЄННИХ ТА ПОВОЄННИХ ВИКЛИКІВ	158
<i>Нікітюк А. Д., Шедіна С. В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ БІОМІМЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ БУДОВИ КРИЛА МЕТЕЛИКА У ФОРМУВАННІ ТЕКТОНІКИ СУЧАСНОГО ОДЯГУ	162
<i>Полякова М., Кравченко Д.</i> ВПЛИВ КОЛІРНОЇ ГАМИ НА ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КОНДИТЕРСЬКОГО ЗАКЛАДУ	167
<i>Прокопенко Є. Є., Красюк І. О.</i> НЕЙРОМЕРЕЖІ В СИСТЕМІ МИСТЕЦЬКОЇ ТА ДИЗАЙН-ОСВІТИ: ВІД ЕТИЧНИХ ДИЛЕМ ДО ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ	173
<i>Strautman L.</i> CONCEPT ART IN FASHION DESIGN: FROM COMPOSITION TO THE DEVELOPMENT OF VISUAL IMAGERY	178
<i>Шедіна С. В.</i> КОМП'ЮТЕРНЕ МОДЕЛЮВАННЯ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ	181
<i>Shtainer T.</i> VISUAL CODE OF THE POP INDUSTRY: STRATEGIES FOR FORMING MULTIPLATFORM IDENTITY	188

**ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ТЕОРЕТИЧНІ
ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ
ФІРМОВОГО СТИЛЮ**

Касьяненко Олександра Сергіївна

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
художньо-графічного факультету*

*Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К.Д. Ушинського», м. Одеса, Україна*

Штайнер Тетяна Віталіївна

*науковий керівник: викладачка кафедри професійної освіти та
дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», м. Одеса, Україна*

Ключові слова: *фірмовий стиль, візуальна айдентика, брендинг, графічний дизайн, дизайн-освіта, цифрові технології, конкурентоспроможність.*

Сучасний розвиток графічного дизайну та комунікаційних практик відбувається в умовах зростаючої конкуренції на ринку та інтенсивної цифрової трансформації соціокультурного середовища. Це зумовлює суттєве підвищення ролі брендингу як стратегічного інструменту позиціонування, диференціації та довгострокового формування конкурентних переваг. У цьому контексті візуальна айдентика розглядається як системоутворюючий компонент бренду, що забезпечує його цілісне сприйняття, впізнаваність та емоційно-асоціативну взаємодію зі споживачем. Як підкреслюють дослідники, фірмовий стиль виступає інтегрованою візуально-комунікативною системою, яка формує ідентифікаційний код бренду в умовах інформаційної насиченості сучасного середовища [1].

У теоретико-методологічному вимірі візуальна айдентика визначається як багаторівнева структура, що включає логотип, колористичну систему, типографічні рішення, композиційні принципи

та систему носіїв бренду. Взаємодія зазначених елементів формує цілісну візуальну мову бренду, яка виконує функцію семіотичного кодування інформації та забезпечує її швидке розпізнавання в умовах високої конкуренції. Відповідно, фірмовий стиль функціонує як багатофункціональний інструмент, що поєднує естетичну, комунікативну, ідентифікаційну та маркетингову функції [2].

Подальший науковий аналіз дозволяє стверджувати, що процес формування фірмового стилю є складною, структурованою та багатоступеневою дизайнерсько-аналітичною процедурою. Він передбачає послідовну інтеграцію етапів дослідження, концептуалізації, візуального моделювання та стратегічного проектування. Особливого значення набуває етап аналізу конкурентного середовища, який забезпечує виявлення актуальних тенденцій візуальної комунікації, а також визначення унікальних позиціонувальних характеристик бренду [5].

Важливим аспектом формування ефективної візуальної айдентики є врахування психофізіологічних та когнітивних закономірностей сприйняття візуальної інформації. Зокрема, колір у дизайні розглядається як потужний інструмент емоційно-психологічного впливу, що формує асоціативні зв'язки, когнітивні установки та поведінкові реакції цільової аудиторії. Дослідження доводять, що колористичні рішення виступають ключовим фактором формування емоційної ідентифікації бренду та його символічного значення в свідомості споживача [7].

У галузевому контексті особливу увагу слід приділити сфері beauty-індустрії, де візуальна айдентика виконує не лише ідентифікаційну, а й іміджеву та репутаційну функції. У даній сфері перший контакт споживача з брендом здебільшого відбувається через візуальні канали комунікації, що актуалізує необхідність формування високого рівня естетичної виразності та довіри. Як свідчать дослідження, конкурентоспроможність підприємств у сфері послуг безпосередньо корелює з якістю їх візуальної айдентики та рівнем брендингової комунікації [3].

У сучасних умовах цифрової трансформації особливої значущості набуває адаптивність візуальної айдентики до багатоканального цифрового середовища. Це передбачає необхідність збереження цілісності бренду при одночасній його гнучкій трансформації для різних платформ комунікації, включаючи соціальні мережі, вебресурси та інтерактивні цифрові середовища. У цьому контексті фірмовий стиль виступає не статичною системою, а динамічною структурою, що здатна до адаптації в умовах цифрової комунікаційної екосистеми [4; 5].

Окремо слід наголосити на міждисциплінарному характері сучасного дизайну візуальної айдентики, який інтегрує положення маркетингової теорії, психології сприйняття, семіотики та стратегічного брендингу. Такий підхід дозволяє розглядати фірмовий стиль не лише як естетичний продукт, а як інструмент стратегічного управління брендом, спрямований на формування довгострокових конкурентних переваг [6].

Таким чином, формування візуальної айдентики слід розглядати як комплексний інтелектуально-творчий процес, що поєднує аналітичні, концептуальні та художньо-дизайнерські підходи. Його результатом є створення цілісної, семантично узгодженої та конкурентоспроможної візуальної системи бренду, яка забезпечує ефективну комунікацію в умовах сучасного цифрового та інформаційного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шаповал А. Г., Мазніченко О. В., Осадча А. М. Роль дизайну у створенні фірмового стилю. Теорія та практика дизайну. 2023. Вип. 28. С. 212–219.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.28.23>

2. Кулінка Ю. С., Романко Л. П. Основи айдентики. 2017. 95 с.
URL:

<https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4223/1/%d0%9e%d1%81%d0%>

[bd%b2%20%b0%b9%b4%b5%dbd%82%b8%ba%b8.pdf](https://doi.org/10.5281/zenodo.7489373)

3. Оробченко М. К., Брянцева Г. В. Особливості опрацювання айдентики для салонів краси. Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies (DVAC). 2022.

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7489373>

4. Єжова О., Мосійчук П., Голубченко В. Дизайн візуальної айдентики у створенні конкурентоспроможності бару. 2025. С. 496.

DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.51.1090>

5. Пустовгар С. А., Муханова Т. А. Оцінка бренду підприємства на основі конкурентного аналізу. Вип. 50. 2023.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-41>

6. Новохатько Л., Власов В. Технології формування особистого бренду у сфері графічного дизайну. 2023.

DOI: https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.168_43

7. Тканко З. Колір як засіб вираження в мистецтві та моді. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. Вип. 21. С. 132–136.

URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/21/15.pdf