

**Зіновчук С.Ю.,**  
здобувачка вищої освіти III курсу  
першого (бакалаврського) рівня  
Навчально-наукового інституту філології та журналістики,  
спеціальність «Видавництво та поліграфія»,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка,  
**Дюжева К. В.**  
старший викладач, кандидат філологічних наук  
Житомирський державний університет імені Івана Франка

## **ВЕБСАЙТ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ» ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІМІДЖЕВОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ**

**Ключові слова:** *видавництво та поліграфія, вебсайт, вебдизайн, іміджеве позиціонування.*

У сучасному періоді цифровізації наявність у будь-якого підприємства чи компанії ефективного каналу комунікації є запорукою успіху для іміджевого позиціонування на певному ринку. Не винятком є і заклади вищої освіти, адже завдяки саме ефективним каналам комунікації університети можуть підвищити рівень іміджевого позиціонування та привернути увагу абітурієнтів.

Мета роботи – розробити цифрову платформу для спеціальності «Видавництво та поліграфія» Житомирського державного університету імені Івана Франка як інструмент для комунікації з майбутніми студентами та для конкурентоспроможності на національному рівні.

За результатами проведеного аналізу ми встановили, що світовими лідерами у підготовці фахівців галузі є Сіднейський університет в Австралії, Штутгартський університет медіа в Німеччині та Рочестерський технологічний інститут. Дані заклади вищої освіти демонструють розвиток спеціальності у бік сучасних технологій та дизайну. Україна має низку університетів, які готують фахівців у цій сфері, серед них провідними є Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця та Національний університет «Львівська політехніка». У Житомирі лише один університет займається підготовкою студентів за спеціальністю «Видавництво та поліграфія» – Житомирський державний університет імені Івана Франка [4].

Проведений SWOT-аналіз встановив, що основною слабкою стороною цієї спеціальності є відсутність цифрової платформи, яка б надавала достатню інформацію потенційним абітурієнтам. Серед найсильніших сторін ми виділили унікальність на регіональному ринку освітніх послуг та міждисциплінарність. Аналіз цільової аудиторії та її сегментація дозволили

виділити чотири групи (абітурієнти, батьки, студенти, роботодавці), для яких сайт був би актуальним, та сформувати основу для структури сайту [2].

Перед створенням самого сайту ми провели повну підготовку матеріалів для його наповнення, яка включала такі етапи, як-от: технічне редагування текстів, вибір шрифтових гарнітур, розробка візуальної концепції та редакторська підготовка матеріалів. На етапі технічного редагування було підготовлено тексти про спеціальність та їхнє оформлення згідно з видавничими нормами, а також проведено уніфікацію термінології. Вибір шрифтів ґрунтувався на шрифтовій парі TildaSerif та Literata, яка забезпечила читабельність та естетичний вигляд. Візуальна концепція сайту розроблялася на основі раніше створених брифу та мудборду, і передбачає академічний стиль з яскравими акцентами для творчого характеру. Останній етап – редакторська підготовка, яка проводилася гібридним підходом, що передбачає використання онлайн-інструменту Grammarly [1;3].

Створення цифрової платформи відбувалося за допомогою конструктора сайтів Tilda, який не передбачає наявності фахових знань у сфері програмування. Сайт опублікований за адресою: <https://vydavnytstvo-zhdu.tilda.ws/>. Структура сайту складається з шести тематичних блоків «Hero» блок, «Про спеціальність», «Абітурієнту», «Портфоліо», «Студенту» та Футер. Кожен блок наповнений контентом, актуальним для різних груп цільової аудиторії. У блоці «Студенту» міститься посилання на журнал, розклад та групу з різними тематичними гілками, яку ми створили для студентів. В подальшому здобувачі освіти самостійно наповнюватимуть групу контентом.

Очікується, що нова та сучасна цифрова платформа забезпечить достатньою інформацією абітурієнтів та збільшить вірогідність вступу саме в Житомирський державний університет імені Івана Франка, підвищить рівень іміджу на ринку освітніх послуг та покращить комунікацію зі студентами. У подальшому сайт оновлюватиме контент, розширюватиме портфоліо студентів та інтегруватиме із соціальними мережами кафедри.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бережна О. Б., Андрищенко Т. Ю. Типографіка як складова веб-дизайну. URL:<https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26377/1/2021-Berezhna%20O%20B,%20Andryuschenko%20T%20Yu.pdf> (дата звернення: 27.03.2026).
2. Цільова аудиторія: що це та як визначити. NetHunt : сайт. URL: <https://nethunt.ua/blog/tsilova-audytorii/> (дата звернення: 17.03.2026).
3. Шаура А. Основні етапи створення дизайну веб-сайтів. Етнокультурні традиції в образотворчому мистецтві та дизайні України : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. / редрада: А. А. Руденченко, В. І. Зайцева, О. В. Ковальчук та ін. Київ, 2023. С. 391—394. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24681/1/APSD\\_2023\\_V1\\_P391-394.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24681/1/APSD_2023_V1_P391-394.pdf) (дата звернення: 05.04.2026).
4. EduRank.org : сайт. URL: <https://edurank.org/liberal-arts/publishing/> (дата звернення: 02.03.2026).