

шоколаду повинні ретельно дослідити свою цільову аудиторію, конкуренцію та інші важливі фактори, перш ніж переймати маркетингові стратегії світових брендів.

Література

1. Acquisition of Russell Stover. *Lindt & Sprüngli Group*. URL: https://www.report.lindt-spruengli.com/14/ar/en/annual_report/acquisition_of_russell_stover.htm.
2. Writer, C. S., Sarkar, P. (2005). Hershey is going gourmet. Candy giant buys Berkeley chocolatier Scharffen Berger. *SFGATE*. URL: <https://www.sfgate.com/business/article/Hershey-is-going-gourmet-Candy-giant-buys-2652706.php>.
3. Волошин А. Ю. Ринок кондитерських виробів. Умань: УНУС, 2021. С. 299–301.
4. Milka App included an augmented reality experience for Easter. *CamOn*. 2022. URL: <https://camonapp.com/en/milka-easter-augmented-reality/>
5. The Lindt Home of Chocolate. The official website. URL: <https://www.lindt-home-of-chocolate.com/en/>
6. Полях С. С. Сутність, інструменти та методи digital-маркетингу у сучасному бізнесі. *Стратегія економічного розвитку України*. 2020. № 46. С. 53–63.

УДК 330.675

*Угнівенко Д. О., студент
науковий керівник Саюн А. О., к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну*

ОСОБЛИВОСТІ ЛОГОТИПІВ ТА ЇХ СТВОРЕННЯ В МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ НЕЙРОМЕРЕЖ

Логотип – це графічний або текстовий символ, який представляє якийсь конкретний суб'єкт або об'єкт, наприклад – компанію, організацію, приватну особу або продукт. Логотип має пряме відношення до словесного знаку, але одночасно може бути наділений усіма ознаками знака – ще й зображувальним та комбінованим.

Штучні нейронні мережі, або конективістські системи – це обчислювальні системи, натхнені біологічними нейронними мережами, що складають мозок тварин. Такі системи навчаються задач, розглядаючи приклади, загалом без спеціального програмування під задачу.

Досліджено особливості використання сучасних логотипів в умовах нейромережів. Для налагодження ефективного впізнавальності бренда та комунікацій з цільовою аудиторією з урахуванням процесів діджиталізації та нейромережів. Сумісний зв'язок між унікальністю логотипу та використання нових інструментів цифрового маркетингу. Доведено вплив логотипів на людську сутність завдяки сучасної нейромережі на зміни у поведінці клієнтів та трансформацію ключових процесів діяльності брендів з метою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності на різних ринках. Визначено ефективність застосування по кольорах логотипів для міжнародних брендів. Встановлено, що процеси нейромережів сприяли появі нових логотипів на ринку, які мають великий попит, залучення нових клієнтів та підписників у різних соціальних мережах. Для брендів має велике значення дизайн логотипу та правильність у підборі кольорів. Розкрито особливості використання логотипів на різних платформах, та сумісність логотипу у відео-контенті.

Завдяки напливу сучасних технологій набуває популярність бренд, компанія, організація завдяки унікального логотипу та якісної реклами.

Для розгляду детальної інформації було взято функції логотипів. Детальність розбору функцій логотипів:

1. Завдяки унікальністю логотипа є виділення серед інших конкурентів.

2. Кожен логотип затверджений юридично і дає повно гарантію на захист прав товару чи послуг. Якщо користуватися логотипом невідомої/відомої компанії, то це може призвести до адміністративним чи кримінальним правопорушенням.

3. Естетика і креативність логотипа. Логотип допомагає зробити підкреслити вашу тонкість бренду. За психологією більшість покупок здійснюють тільки дивлячи на бренд, а саме логотип.

4. Довіра клієнтів. Люди схильні довіряти продуктам де зазначено бренд, а не відсутність його.

5. Легкість в майбутньому. Правильний зроблений логотип допомагає облегшити роботу. Використання на банерах, візитках, рекламі, соц. мережах, і всі способи для використання пізнаваності. Логотип повинен буде легкий, елегантний та унікальний.

Крім того, вибір кольору логотипу впливає на розвинення бренду, компанії та організації. За психологією людини суперуважність в тонкості підборі дизайну, кольору, символу логотипа.

Отже, процеси створення логотипів призводять до покращення впізнавальності бренду, компанії та організації на постійній основі. Постачання якісного рівня конкурентоспроможності зобов'язує безперервного контролю ринку технологій, нейромерж, інструментів маркетингу та психології людства, які доцільно використовувати для досягнення довгострокових цілей. Організації, компанії та бренди мусять приймати той факт, що скарб взаємoinформації у цифровому середовищі та опрацювання над психологічними та економічними аспектами людства, призведе до прибуток на довгостроковій основі за умови використання науково обґрунтованих методів по нейромерж та підібраність кольору логотипу.

Література

1. Logo-Design Teil I – komprimiertes Marketing. URL: <https://centralstationcrm.de/blog/2016-05-09-Logo-Design-Teil-I-komprimiertes-Marketing>.
2. Was ist ein Logo? URL: <https://wedot.ch/lexikon/was-ist-ein-logo>.
3. Вікіпедія: Значення логотипу та нейромержі.