

## УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ БРЕНДУ УНІВЕРСИТЕТУ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ЗМІН

У статті досліджено управлінські підходи до розвитку бренду університету в умовах цифрових змін, що охоплюють трансформацію освітнього середовища, комунікаційних практик та механізмів взаємодії закладів вищої освіти з ключовими стейкхолдерами. Обґрунтовано, що цифрова трансформація змінює традиційне розуміння бренду університету, перетворюючи його з інструменту репутаційного позиціонування на комплексний управлінський ресурс стратегічного розвитку. Показано, що бренд університету формується в цифровому середовищі як результат узгодженої дії стратегічних, інституційних і комунікаційних рішень, спрямованих на забезпечення якості освіти, інноваційності та відкритості освітнього простору. Доведено, що управління брендом університету в умовах цифрових змін потребує інтеграції цифрових технологій у систему стратегічного управління, розвитку внутрішнього брендингу, посилення ролі людського капіталу та формування цифрової ідентичності закладу вищої освіти. Встановлено, що ефективність бренду університету визначається не лише академічною репутацією, а й здатністю інституції адаптуватися до динаміки цифрового суспільства, забезпечувати прозору комунікацію та формувати довіру з боку внутрішніх і зовнішніх аудиторій. Акцентовано увагу на адаптивному характері управління брендом університету в умовах цифрових змін, що зумовлює необхідність гнучкого реагування на трансформації освітнього ринку, міжнародну конкуренцію та зміну очікувань споживачів освітніх послуг. Обґрунтовано, що розвиток бренду університету в цифровому середовищі створює передумови для підвищення його конкурентоспроможності, зміцнення інституційної стійкості та формування довгострокових стратегічних переваг у національному та глобальному освітньому просторі.

**Ключові слова:** бренд університету, управління брендом, цифрові зміни, цифрова трансформація, заклади вищої освіти, стратегічне управління, конкурентоспроможність.