

SẢN PHẨM MỸ THUẬT MANG THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG: BIỂU TƯỢNG TRI THỨC, NHÂN VĂN VÀ BẢN SẮC CỘNG ĐỒNG

TRƯƠNG THỊ KHÁNH TRANG
ĐÀM VĂN THỌ
LÊ THỊ CẨM VÂN
Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

Nhận bài ngày 30/12/2025. Sửa chữa xong 08/02/2026. Duyệt đăng 10/02/2026.

Abstract

The collection of branded art products of the University of Science and Education, the University of Da Nang (UED), constitutes a creative ecosystem that integrates aesthetic, educational, community, and branding values. Each product—including the Red-shanked Douc Langur mascot, scarves, graduation gowns and caps, graduation teddy bears, canvas bags, bookmarks, and keychains—conveys a distinct message. Taken together, these products create a coherent identity that affirms UED's image as an institution of knowledge, humanity, and creativity. Beyond serving practical and commemorative purposes, they also communicate messages of nature conservation, encourage reading culture, promote green lifestyles, strengthen community engagement, and enhance institutional branding. Furthermore, they open up commercialization potential, serving both as a source of revenue and as a strategic means of promoting the university's image to society and international partners.

Keywords: Community, dissemination, humanity, identity, knowledge, University of Science and Education, the University of Da Nang.

1. Đặt vấn đề

Trong xu thế toàn cầu hóa và hội nhập, các trường đại học không chỉ là nơi đào tạo tri thức mà còn là những trung tâm văn hóa, nơi khẳng định bản sắc và giá trị riêng. Việc xây dựng thương hiệu đại học ngày nay không chỉ dừng lại ở logo, khẩu hiệu hay những chiến dịch truyền thông mà còn được thể hiện qua những sản phẩm văn hóa [7, tr. 120-125], những vật phẩm lưu niệm mang dấu ấn riêng. Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng (UED) đã có một bước đi đầy sáng tạo khi cho ra đời bộ sản phẩm mỹ thuật mang thương hiệu nhà trường. Đây là minh chứng cho sự kết hợp giữa nghệ thuật, giáo dục và truyền thông, tạo nên một hệ sinh thái sản phẩm vừa có tính thẩm mỹ, vừa mang giá trị nhân văn, vừa mở ra tiềm năng thương mại hóa. Điều đặc biệt ở bộ sản phẩm này là mỗi vật phẩm đều mang một câu chuyện, một thông điệp, ý nghĩa riêng. Khi đặt cạnh nhau, chúng tạo thành một bức tranh tổng thể về hình ảnh UED: một ngôi trường tri thức, nhân văn, sáng tạo và gắn kết cộng đồng. Từ linh vật Voọc chà vá chân nâu; biểu tượng bảo tồn thiên nhiên, đến chiếc khăn quàng cổ ấm áp tri thức, bộ áo và mũ tốt nghiệp trang nghiêm, gấu bông tốt nghiệp thân thiện, túi canvas sống xanh, thẻ đánh dấu sách lan tỏa văn hóa đọc, cho đến móc khóa nhỏ gọn nhưng đầy tự hào; tất cả đều góp phần khẳng định vị thế của UED trong cộng đồng học thuật và xã hội.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Một số sản phẩm tiêu biểu trong hệ sinh thái mỹ thuật UED

2.1.1. Linh vật Voọc chà vá chân nâu

Linh vật Voọc chà vá chân nâu của UED là một lựa chọn mang tính chiến lược và giàu ý nghĩa, vượt

Email: ttktrang@ued.udn.vn

xa phạm vi của một sản phẩm lưu niệm thông thường, là một quyết định bản địa hóa đầy tinh tế, gắn kết chặt chẽ giữa nhà trường và môi trường tự nhiên, đồng thời mở ra một hướng đi mới cho việc xây dựng thương hiệu giáo dục. Voọc chà vá chân nâu vốn được mệnh danh là “nữ hoàng linh trưởng”, là loài đặc hữu quý hiếm chỉ tồn tại ở khu vực Đông Dương. Sơn Trà - Đà Nẵng hiện là nơi có quần thể lớn nhất và bền vững nhất của loài, trở thành biểu tượng của bảo tồn thiên nhiên. Việc chọn hình ảnh này làm linh vật không chỉ khẳng định sự gắn bó của UED với địa phương mà còn gửi đi thông điệp mạnh mẽ về trách nhiệm bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học [6, tr. 42]. Đây là cách để nhà trường đưa giáo dục gắn liền với thực tiễn, biến một loài động vật quý hiếm thành biểu tượng sống động của tri thức và nhân văn.

Thiết kế linh vật dưới dạng thú bông với khuôn mặt tươi cười, đôi mắt tròn sinh động, tư thế chào hỏi thân thiện đã biến một loài linh trưởng thành hình ảnh gần gũi, dễ thương, phù hợp với sinh viên (SV) và cộng đồng, nó không chỉ là một sản phẩm mỹ thuật mà còn là một cầu nối tinh thần, giúp SV cảm nhận được sự năng động, cởi mở và trách nhiệm xã hội. Khi xuất hiện trong các sự kiện tuyển sinh, hội nghị quốc tế hay chiến dịch truyền thông, linh vật Voọc trở thành đại sứ thương hiệu, mang hình ảnh UED đến gần hơn với cộng đồng trong và ngoài nước. Giá trị thương hiệu của linh vật Voọc còn nằm ở khả năng tạo bản sắc riêng cho UED. Trong bức tranh chung của các trường đại học, việc sở hữu một linh vật đặc trưng giúp nhà trường dễ dàng nhận diện, đồng thời tạo sự gắn kết giữa SV, giảng viên và cộng đồng. Linh vật không chỉ là biểu tượng nội bộ mà còn là công cụ truyền thông mạnh mẽ, có thể xuất hiện trong các chiến dịch quảng bá, hoạt động thiện nguyện, chương trình giao lưu quốc tế và có thể phát triển thành bộ sưu tập đa dạng, từ phiên bản mini làm móc khóa, huy hiệu đến mascot cỡ lớn dùng trong sự kiện. Mỗi phiên bản đều mang theo một phần bản sắc UED, vừa tạo nguồn thu, vừa lan tỏa thương hiệu. Đây là cách để nhà trường kết hợp giữa nghệ thuật và kinh tế, giữa giáo dục và truyền thông, tạo nên một mô hình phát triển bền vững.

Có thể nói rằng, linh vật Voọc chà vá chân nâu khẳng định sự gắn kết giữa UED và địa phương, truyền tải thông điệp bảo tồn thiên nhiên, tạo bản sắc riêng cho nhà trường và mở ra tiềm năng thương mại hóa lớn, có thể trở thành cầu nối giữa tri thức và cộng đồng, giữa giáo dục và xã hội, giữa bản sắc địa phương và tầm nhìn toàn cầu.

2.1.2. Khăn quàng cổ UED

Chiếc khăn quàng cổ UED là một sản phẩm với màu xanh dương chủ đạo không chỉ là màu sắc thương hiệu mà còn gọi lên hình ảnh của tri thức, niềm tin và khát vọng vươn lên. Khi một SV hay giảng viên khoác lên mình chiếc khăn, họ mang theo không chỉ một phụ kiện thời trang mà còn mang theo tinh thần học thuật và niềm tự hào về mái trường.

Thiết kế của chiếc khăn mang tính tinh tế và cân bằng. Logo thêu nổi bật ở trung tâm giúp khẳng định thương hiệu, trong khi tua rua mềm mại ở hai đầu tạo nên sự hiện đại và năng động. Chất liệu len dệt kim mềm mại đem lại cảm giác thoải mái, khiến sản phẩm vừa có tính ứng dụng cao, vừa giữ được nét thanh lịch. Đây là sự kết hợp giữa thẩm mỹ và công năng, giữa truyền thống và hiện đại. Ngoài ra, chiếc khăn còn mang giá trị cộng đồng rõ rệt, nó trở thành biểu tượng gắn kết giữa các thế hệ SV và giảng viên, gợi nhắc đến hình ảnh những người thầy, người cô giản dị, thanh lịch, luôn mang trong mình tri thức và tinh thần sẻ chia. Khi một SV khoác khăn, đó không chỉ là hành động giữ ấm mà còn là sự tiếp nối truyền thống, là lời khẳng định rằng họ thuộc về một cộng đồng tri thức, nhân văn và bền vững. Bên cạnh đó, chiếc khăn quàng cổ có thể xem như một sản phẩm chiến lược, nó dễ dàng đồng bộ với các sản phẩm khác như linh vật Voọc, túi canvas, móc khóa, tạo nên một bộ nhận diện thương hiệu nhất quán. Khi xuất hiện trong các dịp lễ hội, hội thảo, chương trình giao lưu quốc tế, chiếc khăn không chỉ là món quà lưu niệm mà còn là công cụ quảng bá hình ảnh nhà trường. Người nhận chiếc khăn, dù là SV, giảng viên hay đối tác quốc tế, đều mang theo một phần bản sắc UED khi sử dụng nó.

Chiếc khăn quàng cổ UED vì thế không chỉ là một vật dụng mà còn là một thông điệp, một cầu nối giữa tri thức và cộng đồng, giữa quá khứ và hiện tại, giữa nhà trường và xã hội, nó minh chứng cho việc



Sản phẩm Voọc UED

một sản phẩm thời trang giản dị cũng có thể trở thành biểu tượng văn hóa và giáo dục, góp phần khẳng định vị thế của UED trong cộng đồng học thuật và xã hội.

Sản phẩm khăn quàng cổ UED



2.1.3. Áo và mũ tốt nghiệp UED

Áo và mũ tốt nghiệp của UED là một sản phẩm mang tính biểu tượng rất mạnh, là trang phục lễ phục mà còn là một thông điệp văn hóa, giáo dục và thương hiệu. Trước hết, màu sắc xanh đen chủ đạo kết hợp với ba sắc thương hiệu xanh dương, vàng và xanh lục tạo nên một bản giao hưởng thị giác vừa trang nghiêm vừa trẻ trung. Xanh đen gợi lên chiều sâu tri thức, sự bản lĩnh và sự chín chắn của người học sau một hành trình dài. Ba sắc màu thương hiệu lại mang đến sự tươi mới, khát vọng phát triển và tinh thần nhân văn. Sự hòa quyện này giúp bộ lễ phục vừa giữ được nét truyền thống học thuật, vừa thể hiện sự năng động của thế hệ SV hiện đại. Logo UED thêu tinh tế ở ngực trái không chỉ là một chi tiết nhận diện thương hiệu mà còn là lời khẳng định niềm tự hào sư phạm. Khi SV khoác lên mình bộ lễ phục, họ mang theo dấu ấn của nhà trường, một minh chứng cho hành trình tri thức đã trải qua. Đây là cách để UED khẳng định bản sắc riêng trong bức tranh chung của các trường đại học.

Mỗi chi tiết của bộ lễ phục đều mang giá trị biểu cảm. Áo dài tay rộng tượng trưng cho vòng tay đón nhận tri thức và lan tỏa yêu thương [1, tr. 56-58], như một thông điệp rằng tri thức không chỉ để giữ cho riêng mình mà còn để chia sẻ với cộng đồng. Mũ vuông thể hiện tinh thần logic, tư duy và học thuật chuẩn mực, nhắc nhở người học rằng thành tựu đạt được là kết quả của sự rèn luyện tư duy và kỷ luật trí tuệ. Khi khoác lên mình bộ lễ phục, SV không chỉ mang tri thức mà còn mang theo niềm tin, trách nhiệm và tinh thần lan tỏa yêu thương. Đây là khoảnh khắc gắn kết quá khứ học tập, hiện tại thành tựu và tương lai cống hiến. Bộ lễ phục trở thành cầu nối giữa những năm tháng miệt mài học tập và hành trình mới đầy thử thách, đồng thời là biểu tượng của sự trưởng thành.

Khoảnh khắc hàng trăm SV cùng khoác lên mình bộ lễ phục giống nhau chính là hình ảnh mạnh mẽ nhất về sự đoàn kết, về tinh thần học thuật và về niềm tự hào chung. Ở khía cạnh thương hiệu, bộ áo và mũ tốt nghiệp UED là một công cụ truyền thông hiệu quả. Hình ảnh SV trong lễ phục xuất hiện trong các bức ảnh, video, bài báo về lễ tốt nghiệp sẽ lan tỏa rộng rãi, góp phần quảng bá hình ảnh nhà trường. Đây là một cách để UED khẳng định mình không chỉ là nơi đào tạo tri thức mà còn là nơi nuôi dưỡng nhân văn và khát vọng cống hiến.

Sản phẩm áo và mũ tốt nghiệp UED



2.1.4. Gấu bông tốt nghiệp UED

Một điểm nhấn khác, gấu bông tốt nghiệp UED là một sản phẩm không chỉ là món quà lưu niệm mà còn là một biểu tượng văn hóa, giáo dục và thương hiệu. Trước hết, ba gam màu chủ đạo xanh dương, vàng và xanh lục không chỉ tạo nên sự hài hòa về thẩm mỹ mà còn gắn liền với bộ nhận diện thương hiệu của UED. Xanh dương tượng trưng cho tri thức và khát vọng vươn tới những chân trời mới. Vàng gợi nhắc đến ánh sáng của sự sáng tạo, nhiệt huyết tuổi trẻ. Xanh lục thể hiện tinh thần nhân văn, sự tươi mới và phát triển bền vững. Khi kết hợp trên hình ảnh một chú gấu bông, những màu sắc này trở nên gần gũi, dễ tiếp nhận nhưng vẫn giữ được chiều sâu biểu tượng. Hình ảnh gấu bông đội mũ tốt nghiệp và cầm bằng khen là một cách diễn đạt trực quan về thành quả học tập, nó gợi nhắc SV

về những năm tháng thanh xuân dưới mái trường, về sự nỗ lực không ngừng để đạt đến ngày trưởng thành. Đây là một biểu tượng tinh thần, giúp SV lưu giữ kỷ ức đẹp về hành trình học tập, đồng thời khẳng định niềm tự hào khi trở thành một phần của cộng đồng UED.

Khi một SV nhận được gấu bông tốt nghiệp, đó không chỉ là món quà vật chất mà còn là lời tri ân từ nhà trường, là sự công nhận cho những nỗ lực đã bỏ ra, tạo nên sự gắn kết giữa nhà trường và SV, giữa quá khứ và hiện tại, giữa cá nhân và tập thể. Hình ảnh gấu bông tốt nghiệp xuất hiện trong các buổi lễ, trong tay SV, trong những bức ảnh kỷ niệm chính là minh chứng cho tinh thần đoàn kết và niềm tự hào chung. Gấu bông tốt nghiệp là một công cụ truyền thông hiệu quả, mang hình ảnh UED đến gần hơn với SV, cựu SV và cộng đồng xã hội. Sự thân thiện và dễ thương của gấu bông khiến sản phẩm này dễ dàng được yêu thích, từ đó lan tỏa thông điệp tri thức, sáng tạo và nhân văn một cách tự nhiên. Ngoài phiên bản gấu bông truyền thống, có thể mở rộng thành nhiều biến thể khác nhau như gấu bông mini làm móc khóa, gấu bông trang trí bàn học hoặc gấu bông phiên bản đặc biệt cho từng khoa. Điều này vừa tạo thêm giá trị thương mại, vừa giúp lan tỏa thương hiệu nhà trường theo cách sáng tạo và đa dạng.

Có thể thấy, gấu bông tốt nghiệp UED là một sản phẩm lưu niệm, biểu tượng tinh thần, lời tri ân, kỷ niệm đáng nhớ và cũng là một thông điệp mạnh mẽ về sự trưởng thành, niềm tự hào và tinh thần nhân văn mà UED luôn hướng tới.

Sản phẩm lưu niệm gấu bông tốt nghiệp UED



2.1.5. Túi canvas UED

Đây là một sản phẩm tiện ích trong đời sống hằng ngày, biểu tượng văn hóa, giáo dục và thương hiệu của nhà trường. Chất liệu vải canvas thân thiện với môi trường mang thông điệp rất rõ ràng về lối sống xanh. Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường đang là vấn đề toàn cầu, việc lựa chọn chất liệu bền, dễ giặt và tái sử dụng nhiều lần cho thấy UED không chỉ quan tâm đến tri thức mà còn chú trọng đến trách nhiệm xã hội. Mỗi chiếc túi canvas khi được sử dụng đều góp phần giảm thiểu rác thải nhựa, khuyến khích SV và cộng đồng hướng đến thói quen tiêu dùng bền vững. Ba phiên bản màu xanh dương, vàng và xanh lục không chỉ tạo nên sự đa dạng về thẩm mỹ mà còn gắn liền với bộ nhận diện thương hiệu của UED. Xanh dương tượng trưng cho tri thức và sự trẻ trung, vàng gợi nhắc đến sự sáng tạo và năng lượng tích cực, còn xanh lục thể hiện tinh thần nhân văn và phát triển bền vững. Khi một SV mang theo túi canvas, họ không chỉ mang theo một vật dụng mà còn mang theo thông điệp về tri thức, sáng tạo và nhân văn, những giá trị cốt lõi của nhà trường.

Túi canvas có thể được sử dụng trong học tập, công tác, hội nghị, hội thảo hoặc làm quà tặng lưu niệm cho SV, giảng viên, khách mời. Khi xuất hiện trong các sự kiện, chiếc túi trở thành một phần của bộ nhận diện thương hiệu đồng nhất, góp phần quảng bá hình ảnh UED theo hướng gần gũi, hiện đại và bền vững. Người nhận túi canvas, dù ở trong hay ngoài nước đều mang theo một phần bản sắc UED khi sử dụng nó. Hình ảnh chiếc túi với logo và màu sắc thương hiệu xuất hiện trong đời sống hằng ngày của SV, trong các sự kiện, trong những bức ảnh chia sẻ trên mạng xã hội chính là cách để UED lan tỏa hình ảnh của mình một cách tự nhiên và bền vững. Đây là một sản phẩm có khả năng thương mại hóa cao, dễ dàng mở rộng thành nhiều phiên bản khác nhau, từ túi nhỏ gọn dùng hàng ngày đến túi lớn dùng trong hội nghị.

Túi canvas UED là một sản phẩm thông điệp mạnh mẽ về lối sống xanh, về tri thức và nhân văn, về bản sắc và niềm tự hào của nhà trường. Khi phân tích sâu hơn, ta thấy rằng chiếc túi canvas chính là một cầu nối giữa SV và cộng đồng, giữa nhà trường và xã hội, giữa tiện ích đời thường và giá trị văn hóa lâu dài.

Sản phẩm túi canvas UED



2.1.6. Bookmark UED

Bookmark UED là một sản phẩm được thiết kế tinh tế với danh ngôn, lời hay ý đẹp và họa tiết trang trí. Những câu chữ này không chỉ giúp người đọc ghi nhớ trang sách mà còn khơi gợi cảm hứng, kích lệ tinh thần học tập và sáng tạo. Đây là một cách để nhà trường đưa triết lý giáo dục và thông điệp nhân văn đến gần hơn với SV, giảng viên và cộng đồng. Mỗi lần mở sách, người đọc không chỉ tiếp cận tri thức mà còn được nhắc nhở về giá trị sống đẹp, học tốt và cống hiến cho xã hội.

Bookmark UED còn mang giá trị cộng đồng rõ rệt, nó có thể trở thành món quà tri thức dành cho SV, giảng viên, khách mời, bạn bè quốc tế trong các dịp đặc biệt. Khi được trao tặng, bookmark không chỉ là một vật dụng nhỏ bé mà còn là lời tri ân, là sự kết nối giữa nhà trường và người nhận. Hình ảnh chiếc bookmark xuất hiện trong tay SV, trong những cuốn sách, các sự kiện học thuật chính là minh chứng cho tinh thần hiếu học và sự gắn kết cộng đồng. Ở khía cạnh thương hiệu, bookmark là một công cụ truyền thông hiệu quả. Với logo UED in nổi bật, màu sắc hài hòa và thiết kế hiện đại, mỗi chiếc bookmark trở thành một phần của bộ nhận diện thương hiệu đồng nhất. Khi được sử dụng trong đời sống hằng ngày, trong thư viện, lớp học, bookmark góp phần quảng bá hình ảnh UED theo hướng gần gũi, hiện đại và bền vững. Đây là một sản phẩm dễ dàng lan tỏa, bởi nó nhỏ gọn, tiện dụng và có thể đi cùng người học ở bất cứ đâu. Bộ sản phẩm có thể gồm nhiều mẫu với màu sắc và thông điệp khác nhau, tạo cảm giác sưu tầm thú vị, khơi gợi niềm yêu sách và yêu tri thức [4, tr. 89] và cũng là cách để nhà trường khuyến khích văn hóa đọc, đồng thời tạo thêm giá trị thương mại cho sản phẩm. Một bộ bookmark đa dạng không chỉ phục vụ nhu cầu sử dụng, mà còn trở thành món quà lưu niệm độc đáo, góp phần lan tỏa thương hiệu nhà trường.

Bookmark UED là một sản phẩm không chỉ là một thẻ đánh dấu sách mà còn là một thông điệp, lời nhắc nhở, biểu tượng tinh thần, cầu nối giữa tri thức và cuộc sống, giữa nhà trường và cộng đồng, giữa văn hóa đọc và tinh thần nhân văn.

2.1.7. Móc khóa UED

Một điểm nhấn khác là móc khóa UED - một sản phẩm tiện ích vừa là biểu tượng văn hóa, giáo dục và thương hiệu của nhà trường với ba màu chủ đạo xanh dương, vàng và xanh lục không chỉ tạo nên sự hài hòa về thẩm mỹ mà còn gắn liền với bộ nhận diện thương hiệu của UED. Xanh dương gợi lên tri thức và niềm tin, vàng tượng trưng cho sự sáng tạo và năng lượng tích cực, còn xanh lục thể hiện tinh thần nhân văn và phát triển bền vững. Khi kết hợp trên một sản phẩm nhỏ gọn như móc khóa, những màu sắc này trở nên gần gũi, dễ tiếp nhận nhưng vẫn giữ được chiều sâu biểu tượng. Dây dù paracord bền chắc và charm logo nổi bật không chỉ đảm bảo tính tiện dụng mà còn khẳng định sự tinh tế trong thiết kế. Người dùng có thể treo chìa khóa, thẻ SV, USB hoặc trang trí balo, túi xách. Mỗi lần sử dụng, họ mang theo một phần bản sắc UED, một lời nhắc nhở về niềm tự hào và sự gắn kết với mái trường, nó có thể trở thành món quà lưu niệm trong các dịp lễ hội, hội nghị, giao lưu quốc tế. Khi được trao tặng, móc khóa không chỉ

Sản phẩm khăn quàng cổ UED



là một vật dụng nhỏ bé mà còn là lời tri ân, là sự kết nối giữa nhà trường và người nhận. Hình ảnh móc khóa xuất hiện trong tay SV, giảng viên, đối tác quốc tế chính là minh chứng cho tinh thần đoàn kết và niềm tự hào chung. Móc khóa là một công cụ truyền thông hiệu quả. Với logo UED in nổi bật và màu sắc thương hiệu, mỗi chiếc móc khóa trở thành một phần của bộ nhận diện đồng nhất. Khi được sử dụng trong đời sống hằng ngày, móc khóa góp phần quảng bá hình ảnh UED theo hướng gần gũi, hiện đại và bền vững. Đây là một sản phẩm dễ dàng lan tỏa, bởi nó nhỏ gọn, tiện dụng và có thể đi cùng người học ở bất cứ đâu. Ngoài ra, có thể mở rộng thành nhiều phiên bản khác nhau, từ móc khóa mini với hình linh vật Voọc, đến móc khóa đặc biệt cho từng khoa hoặc sự kiện. Điều này vừa tạo thêm giá trị thương mại, vừa giúp lan tỏa thương hiệu nhà trường theo cách sáng tạo và đa dạng.

Sản phẩm khăn quàng cổ UED



Móc khóa UED là một sản phẩm giản dị nhất cũng có thể trở thành biểu tượng văn hóa và giáo dục, góp phần khẳng định vị thế của UED trong cộng đồng học thuật và xã hội.

3. Kết luận

Khi nhìn tổng thể, bộ sản phẩm mỹ thuật UED không chỉ dừng lại ở những vật phẩm lưu niệm mang tính tiện ích mà còn trở thành một hệ sinh thái văn hóa, giáo dục, thương hiệu có sức lan tỏa mạnh mẽ. Mỗi sản phẩm, từ linh vật Voọc, khăn quàng cổ, áo và mũ tốt nghiệp, gấu bông, túi canvas, bookmark cho đến móc khóa đều mang trong mình một câu chuyện riêng, thông điệp riêng nhưng khi đặt cạnh nhau, chúng tạo thành một bản giao hưởng đồng bộ, khẳng định hình ảnh UED là một ngôi trường tri thức, nhân văn, sáng tạo và gắn kết cộng đồng.

Giá trị thẩm mỹ của bộ sản phẩm thể hiện ở sự tinh tế trong thiết kế, sự hài hòa trong màu sắc và sự hiện đại trong phong cách. Giá trị giáo dục được truyền tải qua thông điệp bảo tồn thiên nhiên, khuyến khích văn hóa đọc, thúc đẩy lối sống xanh và nuôi dưỡng tinh thần nhân văn. Giá trị cộng đồng hiện rõ trong sự gắn kết giữa SV, giảng viên, cựu SV và đối tác, khi mỗi sản phẩm trở thành cầu nối giữa cá nhân và tập thể. Giá trị thương hiệu được khẳng định qua bản sắc nhận diện riêng, giúp UED nâng cao uy tín và hình ảnh trong xã hội. Và tiềm năng thương mại hóa mở ra hướng phát triển bền vững, khi các sản phẩm có thể trở thành chuỗi lưu niệm, vừa tạo nguồn thu, vừa lan tỏa thương hiệu. Điều quan trọng hơn cả là sức lan tỏa của bộ sản phẩm này. Chúng không chỉ hiện diện trong phạm vi nhà trường mà còn có thể đi xa hơn, đến với cộng đồng xã hội và bạn bè quốc tế. Mỗi chiếc khăn, mỗi túi canvas, mỗi bookmark khi được trao tặng đều mang theo một phần bản sắc UED, một phần tinh thần tri thức và nhân văn của nhà trường. Hình ảnh UED vì thế không chỉ gắn liền với giảng đường mà còn hiện diện trong đời sống hằng ngày, trong những sự kiện văn hóa, những cuộc giao lưu quốc tế.

Như vậy, bộ sản phẩm mỹ thuật UED là minh chứng cho sự kết hợp hài hòa giữa nghệ thuật và giáo dục, văn hóa và thương hiệu. Chúng không chỉ là những vật phẩm lưu niệm mà còn là những biểu tượng tinh thần, thông điệp nhân văn, cầu nối cộng đồng. Sức lan tỏa của chúng nằm ở chỗ: mỗi sản phẩm đều mang theo hình ảnh UED, và khi được sử dụng, được trao tặng, được lan truyền, chúng góp phần khẳng định vị thế của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng trong cộng đồng học thuật và xã hội [2, tr. 210], đồng thời mở ra một tương lai phát triển bền vững, hiện đại và sáng tạo.

Tài liệu tham khảo

- [1] Đặng Mai Anh (2016). *Thiết kế đồ họa và ứng dụng trong truyền thông thương hiệu*. NXB Mỹ thuật, Hà Nội.
- [2] Kotler, P., & Fox, K. F. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. New Jersey: Prentice Hall.
- [3] Nguyễn Đình Thành (2020). *Thần thoại PR*, NXB Hội Nhà văn, Hà Nội.
- [4] Nguyễn Hồng Hưng (2014). *Nguyên lý thiết kế đồ họa*. NXB Mỹ thuật, Hà Nội.
- [5] Nguyễn Trọng Bình (2018). *Văn hóa tổ chức và quản trị bản sắc đại học*. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
- [6] Phạm Thị Lan Hương (2021). *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và tổ chức trong bảo vệ môi trường*. Tạp chí Công thương, tháng 8.
- [7] Vũ Hiệp (2019). *Nghệ thuật dưới góc độ biểu tượng*. NXB Mỹ thuật, Hà Nội.