

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Методичні вказівки
до практичних занять
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти за спеціальністю
023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»

Київ 2025

УДК 004.774.6(07)

Ф62

Укладач О.О. Сафронова, канд. техн. наук, доцент
О.П. Пластара, старш. викладач

Рецензент В.В. Товбич, д-р арх., професор

Відповідальний за випуск О.О. Кащенко д-р техн. наук,
професор

*Затверджено на засіданні кафедри охорони образотворчого
мистецтва і архітектурної графіки, протокол № 6 від 29 жовтня
2024 року.*

В авторській редакції.

Фірмовий стиль [Електронний ресурс]: методичні вказівки до
Ф62 практичних занять / уклад/ : О.О. Сафронова, О.П. Пластара. – Київ:
КНУБА, 2025. – 32 с.

Містять зміст, завдання, питання самоперевірки, список
рекомендованої літератури і вказівки до виконання окремих робіт
курсу.

Призначено для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»

ЗМІСТ

Загальні положення.....	5
<i>Змістовий модуль 1. Фірмовий стиль. Базові поняття і критерії розробки.....</i>	<i>6</i>
<i>Практичне заняття 1, 2. Векторне програмне середовище, як інструмент для створення графічних складових стилю.....</i>	<i>6</i>
План заняття.....	6
Питання для самоперевірки.....	6
Список літератури.....	7
Завдання.....	7
<i>Змістовний модуль 2. Етапи і засоби розробки фірмового стилю.....</i>	<i>7</i>
<i>Практичне заняття 3,4. Засоби малювання і формоутворення в програмах векторної графіки на прикладі Adobe Illustrator.....</i>	<i>7</i>
План заняття.....	7
Питання для самоперевірки.....	7
Список літератури.....	8
Завдання.....	8
<i>Практичне заняття 5,6. Види заливань. Палітри управління кольором. Особливості роботи з текстом в програмах векторної графіки. Засвоєння техніки створення публікацій на прикладі розробки рекламної листівки.....</i>	<i>9</i>
План заняття.....	9
Питання для самоперевірки.....	9
Список літератури.....	9
Завдання.....	10
<i>Практичне заняття 7. Специфіка роботи з шарами і растровими об'єктами. Засвоєння роботи з шарами на прикладах.....</i>	<i>10</i>
План заняття.....	10
Питання для самоперевірки.....	10
Список літератури.....	10
Завдання.....	10
<i>Практичне заняття 8. Презентація результатів передпроектного аналізу розробки фірмового стилю компанії. Обґрунтування концепції фірмового стилю за тематикою дизайн-проєкту. Використання засобів програми Adobe Illustrator для розробки складових фірмового стилю.....</i>	<i>11</i>
План заняття.....	11
Питання для самоперевірки.....	11
Список літератури.....	11
Завдання.....	12

<i>Практичне заняття 9. Вибір і обґрунтування паспорту кольорів фірмового стилю. Засоби програм векторної графіки для створення гармоній кольору. Знайомство з інтернет-ресурсами для гармонізації колірних схем</i>	12
План заняття.....	12
Питання для самоперевірки	12
Список літератури.....	12
Завдання.....	13
<i>Практичне заняття 10,11. Особливості використання шрифтів у текстових документах. Поняття про шрифтові контрасти.</i>	
Розробка візитки, фірмової	13
План заняття.....	13
Питання для самоперевірки	13
Список літератури.....	14
Завдання.....	14
<i>Практичне заняття 12,13. Створення бренд-буку засобами векторної графіки. Вимоги до подання фірмового блоку, кольорів, охоронних зон знаку, фірмової документації, рекламної продукції, тощо. Поняття про макетування. Робота з монтажними областями</i>	14
План заняття.....	14
Питання для самоперевірки	14
Список літератури.....	15
Завдання.....	15
<i>Практичне заняття 14,15. Основні формати векторної графіки. Універсальні формати зберігання і подання елементів фірмового стилю</i>	15
План заняття.....	15
Питання для самоперевірки	16
Список літератури.....	16
Завдання.....	16
<i>Індивідуальне завдання.....</i>	16
<i>Додаток А. Набуття навиків побудови векторних об'єктів</i>	17
<i>Додаток Б. Рекомендації до розробки візитної картки.....</i>	24

Загальні положення

Мета дисципліни – формування у студентів компетентностей з управління процесом розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну фірмової документації і рекламної продукції на основі знання принципів художньої композиції та графічного дизайну; формування у студентів компетентностей щодо створення графічних композицій, розробки елементів фірмового стилю і їх подання *засобами векторної графіки*

Результати навчання дисципліни:

знати: теоретичні основи фірмового стилю і його розробки, технології і засоби управління процесом розробки дизайну фірмового стилю і фірмової документації засобами векторної і растрової комп'ютерної графіки

вміти: використовувати інформаційні і комунікаційні технології в межах спеціалізації, застосовувати сучасні методи моделювання інформації;

здатен продемонструвати: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях предметної галузі та сфері професійної діяльності, здатність до використання інформаційних і комунікаційних технологій,

здатність генерувати нові ідеї (креативність)

володіти: володіти навичками застосування комп'ютерної техніки при виконанні художнього твору; здатністю застосовувати знання у практичних ситуаціях предметної галузі та сфері професійної діяльності.

Змістовий модуль 1

Фірмовий стиль. Базові поняття і критерії розробки

Практичне заняття 1,2. Векторне програмне середовище, як інструмент для створення графічних складових стилю

Зміст заняття

1. Знайомство з інтерфейсом і інструментами програм векторної графіки.
2. Створення і редагування параметрами документа
3. Відробка навиків створення об'єктів інструментом перо (побудова кривих Безьє)
4. Примітиви програми. Принципи створення і редагування.
5. Типи пензлів, створення власних бібліотек пензлів
6. Використання пензлів у лінійній графіці

Питання для самоперевірки

1. Зрівняльні характеристики інтерфейсу програм AdobeIllustrator і Adobe Photoshop.
2. Особливості управління палітрами, команди імпорту і експорту зображень.
3. Команди завдання і редагування параметрів програми і документа.
4. Типи вузлів векторних об'єктів, інструменти створення і редагування об'єктів і примітивів векторної графіки.
5. Типи пензлів в програмі Adobe Illustrator. Обмеження щодо утворення пензлів.

Список літератури

1. Посібник користувача Photoshop
<https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
2. Посібник користувача Adobe Illustrator.
<https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
3. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. – К. : КНУТД, 2016. – 175 с.

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Визначення напрямку, за яким буде проводитись розробка фірмового стилю.

3. Виконати практичне завдання – створення векторного об’єкта з застосуванням інструменту побудови кривих Безьє.
4. Виконати практичне завдання на засвоєння прийомів використання примітивів програми.
5. Виконати завдання на створення власної бібліотеки пензлів.

Змістовний модуль 2

Етапи і засоби розробки фірмового стилю

Практичне заняття 3,4. Засоби малювання і формоутворення в програмах векторної графіки на прикладі Adobe Illustrator

План заняття

1. Інструменти і прийоми виділення і редагування об’єктів і вузлів. Палітра оформлення (appearance).
2. Трансформація об’єктів векторної графіки – інструменти, команди, палітри.
3. Палітра і команди виконання логічних операцій. Складені об’єкти (compound object) і складені форми (compound form) і засоби їх перетворення.
4. Інструменти створення об’єктів швидкого заливання і їх використання для побудови знаку.
5. Відробка навиків створення знаку – побудова стилізованого об’єкту засобами програми.

Питання для самоперевірки

1. Засоби виділення і редагування об’єктів і вузлів.
2. Функції і можливості палітри оформлення (appearance).
3. Трансформація об’єктів векторної графіки – інструменти, команди, палітри.
4. Палітра і команди виконання логічних операцій.
5. Складені об’єкти (compound object) і складені форми (compound form) і засоби їх перетворення.
6. Інструменти і команда створення об’єктів «швидке заливання».

Список літератури

1. Airey David Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, 2nd Edition Peachpit Press, 2014. 208 p.

2. Каратаєва, М. В. Особливості брендингу apple: мовний та візуальний URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43703/18-Karataeva.pdf?sequence=1>.
3. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
4. Посібник користувача Photoshop <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
5. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
6. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. – Київ : КНУТД, 2016. – 175 с.
7. Створіть фірмовий стиль, згідно з яким ви проведете всі свої маркетингові кампанії. URL: <https://www.adobe.com/ua/creativecloud/business/teams/use-cases/brand-identity.html>

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Виконання практичних завдань, наданих викладачем за тематикою практичного заняття
3. Стилізація природного об'єкта і його побудова засобами векторної графіки
Пошук аналогів фірмового стилю для обраного закладу харчування

Практичне заняття 5,6. Види заливань. Палітри управління кольором. Особливості роботи з текстом в програмах векторної графіки. Засвоєння техніки створення публікацій на прикладі розробки рекламної листівки

План заняття

1. Види заливань об'єктів в програмі Adobe Illustrator.
2. Відробка навиків створення реалістичних об'єктів з використанням інструменту «Сітчатє заливання».
3. Види тексту у програмі Adobe Illustrator. Створення і використання текстових стилів.
4. Засвоєння техніки створення рекламної листівки на прикладі.
5. Контроль стану розробки фірмового стилю обраного об'єкта.

Питання для самоперевірки

1. Засоби виділення і редагування об'єктів і вузлів.
2. Функції і можливості палітри оформлення (appearance).
3. Трансформація об'єктів векторної графіки – інструменти, команди, палітри.
4. Палітра і команди виконання логічних операцій.
5. Складені об'єкти (compound object) і складені форми (compound form) і засоби їх перетворення.
6. Інструменти і команда створення об'єктів «швидке заливання».

Список літератури

1. Airey David Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, 2nd Edition Peachpit Press, 2014. – 208 p.
2. Каратаєва, М. В. Особливості брендингу apple: мовний та візуальний URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43703/18-Karataeva.pdf?sequence=1>.
3. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
4. Посібник користувача Photoshop <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
5. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
6. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб.– Київ : КНУТД, 2016. – 175 с.
7. Створіть фірмовий стиль, згідно з яким ви проведете всі свої маркетингові кампанії. URL: <https://www.adobe.com/ua/creativecloud/business/teams/use-cases/brand-identity.html>

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Виконання практичних завдань, наданих викладачем за тематикою практичного заняття
3. Визначення вимог до фірмового знаку за обраною тематикою.

Практичне заняття 7. Специфіка роботи з шарами і растровими об'єктами. Засвоєння роботи з шарами на прикладах

План заняття

4. Команди експорту і імпорту графічних об'єктів.
5. Відробка навиків використання шарів для управління графічними елементами
6. Ефекти шарів
7. Засвоєння техніки роботи з шарами на прикладах, наданих викладачем

Питання для самоперевірки

1. Команди і кнопки палітри шарів
2. Специфіка застосування стилів шарів
3. Засоби створення маски шару
2. Особливості імпорту багатшарових растрових зображень.

Список літератури

1. Airey David Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, 2nd Edition Peachpit Press, 2014. 208 p.
2. Каратаєва, М. В. Особливості брендингу apple: мовний та візуальний URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43703/18-Karataeva.pdf?sequence=1>.
3. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
4. Посібник користувача Photoshop <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
5. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
6. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2016. – 175 с.
7. Створіть фірмовий стиль, згідно з яким ви проведете всі свої маркетингові кампанії. URL: <https://www.adobe.com/ua/creativecloud/business/teams/use-cases/brand-identity.html>

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу
2. Виконання практичних завдань, наданих викладачем за тематикою практичного заняття
3. Оформлення результатів передпроектного аналізу щодо розробки фірмового стилю у вигляді реферату

Практичне заняття 8. Презентація результатів передпроектного аналізу розробки фірмового стилю компанії. Обґрунтування концепції фірмового стилю за тематикою дизайн-проєкту. Використання засобів програми Adobe Illustrator для розробки складових фірмового стилю

План заняття

1. Презентація результатів передпроектного аналізу розробки фірмового стилю компанії.
2. Пошук форми знаку на основі асоціативного ряду (мутаборд)
3. Обґрунтування концепції фірмового стилю за тематикою дизайн-проєкту.
4. Використання засобів програми Adobe Illustrator для розробки складових фірмового стилю

Питання для самоперевірки

1. Основні складові опису концепції фірмового стилю, як результату передпроектного аналізу.
2. Які етапи передпроектного аналізу у розробці фірмового стилю?
3. Які основні питання і завдання брифінгу?
4. Підходи до розробки карт асоціацій і мета їх застосування.

Список літератури

1. Airey David (author) Identity Designed: The Process: Research, Strategy, Design, Implementation (Hardback) Publisher: Quarto Publishing Group USA. 2024. 240 p. ISBN: 9780760384060
2. Каратаєва, М. В. Особливості брендингу apple: мовний та візуальний URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43703/18-Karataeva.pdf?sequence=1>.
3. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
4. Посібник користувача Photoshop <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
5. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
6. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. – Київ : КНУТД, 2016. – 175 с.
7. Створіть фірмовий стиль, згідно з яким ви проведете всі свої маркетингові кампанії. URL:

<https://www.adobe.com/ua/creativecloud/business/teams/use-cases/brand-identity.html>

Завдання

1. Засвоєння лекційного матеріалу.
2. Оформлення результатів передпроектного аналізу щодо розробки фірмового стилю у вигляді реферату.
3. Створення клаузури пошука форми знака.

Практичне заняття 9. Вибір і обґрунтування паспорту кольорів фірмового стилю. Засоби програм векторної графіки для створення гармоній кольору. Знайомство з інтернет-ресурсами для гармонізації колірних схем

План заняття

1. Поняття паспорту кольорів фірмового стилю.
2. Засоби програм векторної графіки для створення гармоній кольору.
3. Знайомство з інтернет-ресурсами для гармонізації колірних схем.
4. Обґрунтування обраної колірної схеми для фірмового стилю.
5. Створення векторної версії фірмового блоку.

Питання для самоперевірки

1. Поняття паспорту кольорів.
2. Врахування психології сприйняття кольору при формуванні паспорту кольорів фірмового стилю.
3. 6 найбільш поширених кольорових схем гармонійного поєднання кольорів, в основі яких лежить 12-секторне кольорове коло.

Список літератури

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник за редакцією проф. Є. А. Антоновича. Вид. третє, перероб. і доповн. – Київ : Кондор, 2015. – 544 с.
2. Патернотт, Ж. Разработка и создание логотипов и графических концепций. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 154 с.
3. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
4. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>

5. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. К. : КНУТД, 2016. 175
6. Airey David (author) Identity Designed: The Process: Research, Strategy, Design, Implementation (Hardback) Publisher: Quarto Publishing Group USA. 2024. 240 p. ISBN: 9780760384060

Завдання

1. Засвоєння матеріалу лекційного заняття
2. Ознайомитись з програмними засобами автоматизованого пошуку гармоній кольору
3. Розробити і обґрунтувати паспорт кольорів фірмового стилю власної розробки
4. Створити векторну версію фірмового знаку

Практичне заняття 10,11. Особливості використання шрифтів у текстових документах. Поняття про шрифтові контрасти. Розробка візитки, фірмової документації

План заняття

5. Естетичні та практичні вимоги до набору тексту.
6. Поняття про шрифтові контрасти.
7. Психологічні аспекти дизайну візитної картки.
8. Види візитних карток.
9. Поняття композиції візитної картки, членування, підходи до створення композиційного рішення.
10. Розробка візитної картки за темою власної розробки.

Питання для самоперевірки

1. Естетичні та практичні вимоги до набору тексту.
2. Назвіть відомі Вам шрифтові контрасти.
3. Психологічні аспекти дизайну візитної картки.
4. Види візитних карток.

Список літератури

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник за редакцією проф. Є. А. Антоновича. Вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор-, 2015. – 544 с.
2. Посібник користувача Adobe Illustrator.
<https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
3. Прокурова Н.І., Козінцева М.Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL:
https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
4. <https://leosvit.com/ptf#design>
5. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/blank/>.
6. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/konvert/>.

Завдання

1. Засвоєння матеріалу лекційного заняття.
2. Розробити варіанти візитних карток обраної компанії.

Практичне заняття 12,13. Створення бренд-буку засобами векторної графіки. Вимоги до подання фірмового блоку, кольорів, охоронних зон знаку, фірмової документації, рекламної продукції, тощо. Поняття про макетування. Робота з монтажними областями

План заняття

1. Основні складові фірмового стилю, що відображаються у бренд-буці.
2. Вимоги до подання фірмового блоку, кольорів, охоронних зон знаку, фірмової документації тощо.
3. Модульна сітка фірмового знаку, можливі параметри. Масштабування знаку.
4. Поняття фірмової документації
5. Засоби макетування програми Adobe Illustrator.

Питання для самоперевірки

1. Що таке охоронна зона знаку і як її графічно відображають.
2. Вимоги до подання фірмового блоку, кольорів, охоронних зон знаку, фірмової документації, тощо
3. Основні складові фірмового стилю, що відображаються у бренд-буці.
4. Поняття фірмової документації.

5. Що таке охоронна зона знаку і як її графічно відображають.
6. Модульна сітка фірмового знаку, можливі параметри. Масштабування знаку.
7. Палітра управління монтажними областями і її використання у макетуванні багатосторінкових документів.

Список літератури

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник за редакцією проф. Є. А. Антоновича. Вид. третє, перероб. і доповн. – Київ : Кондор, 2015. – 544 с.
2. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
3. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
4. Прокурова Н.І., Козінцева М.Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
5. <https://leosvit.com/ptf#design>
6. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/blank/>.
7. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/konvert/>.

Завдання

1. Засвоєння матеріалу лекційного заняття.
2. Розробити макет брендбука з розробленого фірмового стилю.

Практичне заняття 14,15. Основні формати векторної графіки. Універсальні формати зберігання і подання елементів фірмового стилю

План заняття

1. Формати векторної графіки.
2. Формати зберігання багатосторінкових документів. Універсальний формат підготовки багатосторінкових документів до професійного друку pdf.
3. Завдання параметрів ілюстрації.
4. Розробка брендбука фірмового стилю в єдиній стилістиці. Поняття шаблону сторінки.

Питання для самоперевірки

1. Палітра управління монтажними областями і її використання у макетуванні багатосторінкових документів.
2. Універсальні формати зберігання векторних об'єктів і їх параметри.
3. Формат pdf – призначення, параметри.

Список літератури

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник за редакцією проф. Є. А. Антоновича. Вид. третє, перероб. і доповн. – Київ : Кондор, 2015. – 544 с.
2. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
3. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
4. Прокурова Н.І., Козінцева М.Ю.,Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
5. <https://leosvit.com/ptf#design>
6. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/blank/>.
7. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/konvert/>.

Завдання

3. Засвоєння матеріалу лекційного заняття.
4. Розробити макет брендбука з розробленого фірмового стилю. Зберегти у форматі pdf, враховуючи прилад для друкування.

Індивідуальне завдання

Тематика та зміст завдання: Розробка елементів фірмового стилю компанії і їх подання у брендбуці (паспорті стандартів) засобами векторної комп'ютерної графіки.

Вимоги до виконання: роботи виконуються в кольорі з дотриманням вимог до дозволу і розміру друкованої рекламної продукції. Програмні засоби: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign.

Формат А 5. Верстка брендбука виконується в програмі Adobe Illustrator. Документ подається до захисту у форматі pdf. Кількість сторінок 4-5.

Роботи здаються в електронному вигляді, а також роздруковуються в кольорі на папері формату А5.

Набуття навиків побудови векторних об'єктів

Практичне заняття 1. Інтерфейс програми Adobe Illustrator. Основні палітри програми Adobe Illustrator та їх використання. Завдання параметрів програми і документа, розробка композиції окремого листа, інструменти створення об'єктів і примітивів векторної графіки

Завдання 1. З використанням інструменту малювання кривих Безьє (Pen-Перо) намалювати надані у файлі L4Start.ai (рис.) об'єкти на основі наданого шаблону. Результат показаний на рис. (файл L4End.ai).

Техніка виконання: інструмент Pen і редагування типу вузлів при малюванні за допомогою інструменту зміни типу вузла (редагування вузла при натиснутій клавіші Alt шляхом створення дотичної до кривої); градієнтне заливання, використання інструментів: художній пензель, пензель «ляпка», ножиці (для розрізання стрілки), можливо для створення стрілки використати палітру Stroke (Обводка) меню «Вікно».

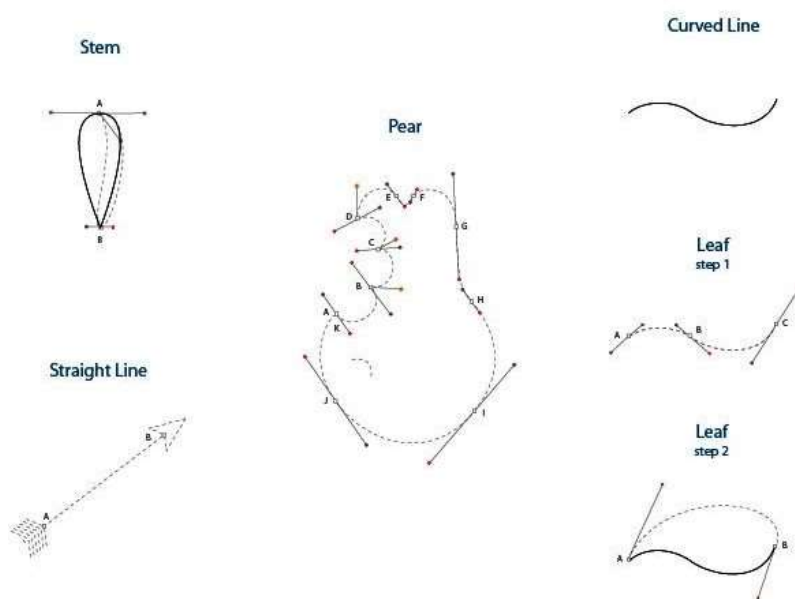


Рис. 1. Вихідні об'єкти

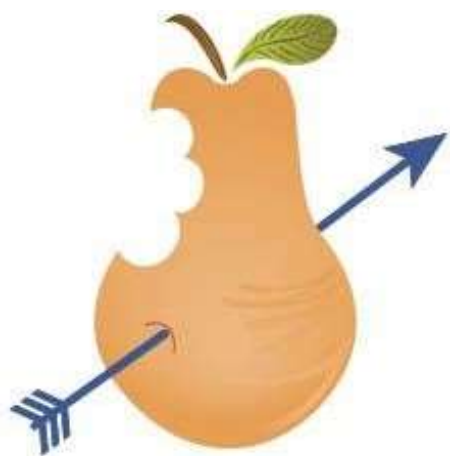


Рис. 2. Кінцевий малюнок

Вимоги до подання: кінцевий малюнок зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.

Завдання 2. Створити малюнок з використанням примітивів програми і інструментів трансформації.

Техніка виконання: для позиціонування об'єктів доцільно використовувати «Швидкі» напрямні (активація в меню «Перегляд»), а також гарячі клавіші при масштабуванні і повертанні об'єктів.



Рис. 3. Ілюстрація до завдання 2

Вимоги до подання: кінцевий малюнок зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.

Практичне заняття 2. Засоби формоутворення в програмах векторної графіки. Інструменти моделювання. Засоби редагування об'єктів, примітивів, трансформації
Логічні операції над об'єктами

Завдання 1. З використанням інструментів створення примітивів програми і логічних операцій над векторними об'єктами (палітра PathFinder – «Обробка контурів») намалювати надані на рис. 40 об'єкти.

Техніка виконання: інструменти побудови примітивів, редагування контурів, палітра PathFinder, інструмент «Створення фігур» для побудови бокалу, градієнтне заливання для бокалу і бульбашок, режими змішення кольорів при накладанні об'єктів.

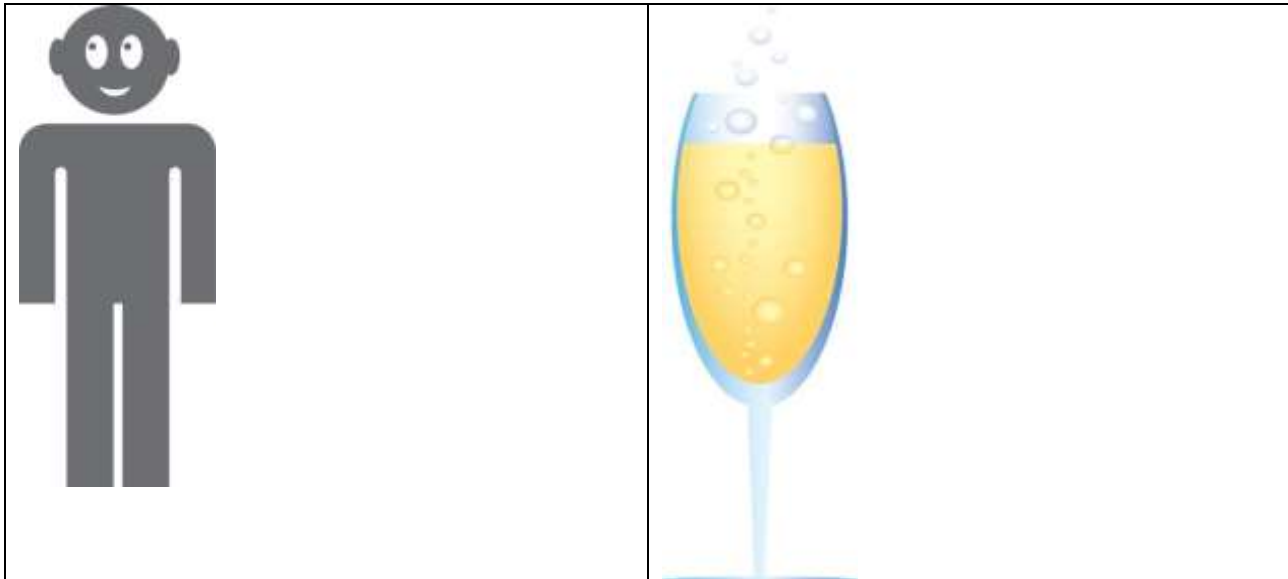


Рис. 4. Ілюстрація до практичного заняття 2

Вимоги до подання: кінцевий малюнок зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.

Завдання 2. (додатковий бал). Створення зображення об'ємних пакувань для цукерок виходячі з наданих зображень у файлах L12strt1.ai, L12end.ai або композиції з букетом квітів:



Рис. 4. Ілюстрація до практичного заняття 2

Техніка виконання: використання інструментів побудови примітивів, вільної трансформації, палітри PathFinder, градієнтного заливання, палітри «Пензлі» для створення дискретних пензлів з зображення квітки, палітри «Зразки» для вибору готових градієнтів, команди групування об'єктів.

Вимоги до подання: кінцевий малюнок Рисунок зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.

Практичне заняття 3. Художні засоби програм векторної графіки. Роботи з кольором.

Завдання 1. З використанням інструментів програми домалювати надані у файлі L11start.ai (рис. 5. а) об'єкти за зразком, наданим у файлі L11end.ai. Результат показаний на рис. 5. б).

Техніка виконання: інструменти малювання і трансформації, повороту і відзеркалення, градієнтного і сітчатого заливань, завдання параметрів непрозорості (крила метелика).

Вимоги до подання: кінцевий малюнок Рис 5. б) зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.

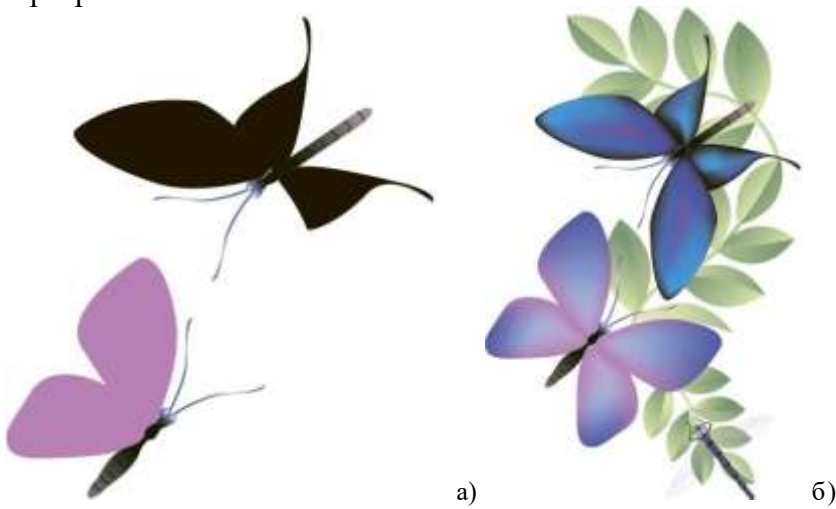


Рис. 5. Ілюстрація до практичного заняття 3

Завдання 2. Засвоєння техніки швидкого заливання. Створення вітражу або візерунка на базі модульної сітки.

Техніка виконання: малювання шаблону вітражу з використанням різних інструментів малювання і примітивів, наприклад, як на Рис. 6 , перетворення отриманого малюнку в об'єкт швидкого заливання (LivePaintObject в меню Object), використання інструментів Швидке заливання і Виділення швидкого заливання.

Вимоги до подання: кінцевий малюнок Рис 6 зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.



Рис. 6. Ілюстрація до практичного заняття 3 (завдання 2).

Практичне заняття 4. Особливості роботи з текстом і таблицями в програмах векторної графіки на прикладі Adobe Illustrator.

Завдання 1. Засвоєння техніки створення рекламної листівки.

Техніка виконання: вивчення зразка, установка напрямних для фіксації параметрів сторінки зразка, виділення і копіювання напрямних, вставка напрямних в новий документ, імпорт необхідних зображень; використання команд і інструментів: створення обтравочної маски з тексту для зображення хмар, розміщення текстів написів, створення тексту уздовж кривої, імпорт тексту і утворення текстового блоку, форматування текстового блоку за зразком з використанням команди «Параметри тексту в області» меню «Текст», утворення обтікання замаскованого об'єкта (необхідно створити об'єкт без обводки і заливання) меню «Об'єкт», перетворення тексту (цифри) в криві – меню «Текст», редагування отриманих кривих за зразком.

Вимоги до подання: кінцевий малюнок Рис. 7 зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми.



Рис. 7. Ілюстрація до практичного заняття 4 (завдання 1)

Практичне заняття 5 Специфіка роботи з шарами і растровими об'єктами Основні складові фірмового стилю, що відображаються у бренд-буці. Вимоги до подання фірмового блоку, кольорів, охоронних зон знаку, фірмової документації, тощо. Специфіка роботи з шарами і растровими об'єктами.

Завдання 1. З використанням техніки роботи з шарами скомбінувати зображення з вихідних файлів L10start.ai, Details.ai і утворити зображення за зразком L10end.ai рис. з організацією шарів як на малюнку.

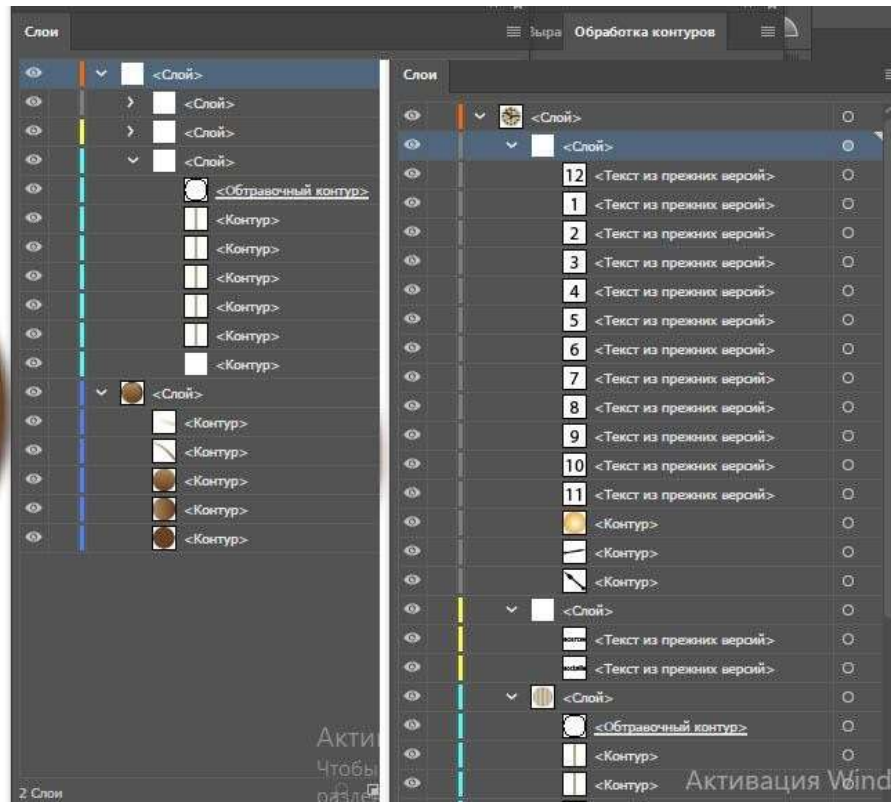
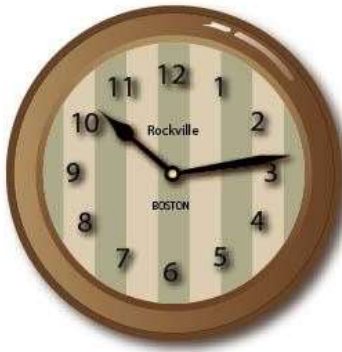


Рис. 8. Ілюстрація до практичного заняття 5 (завдання 1).L10end.ai

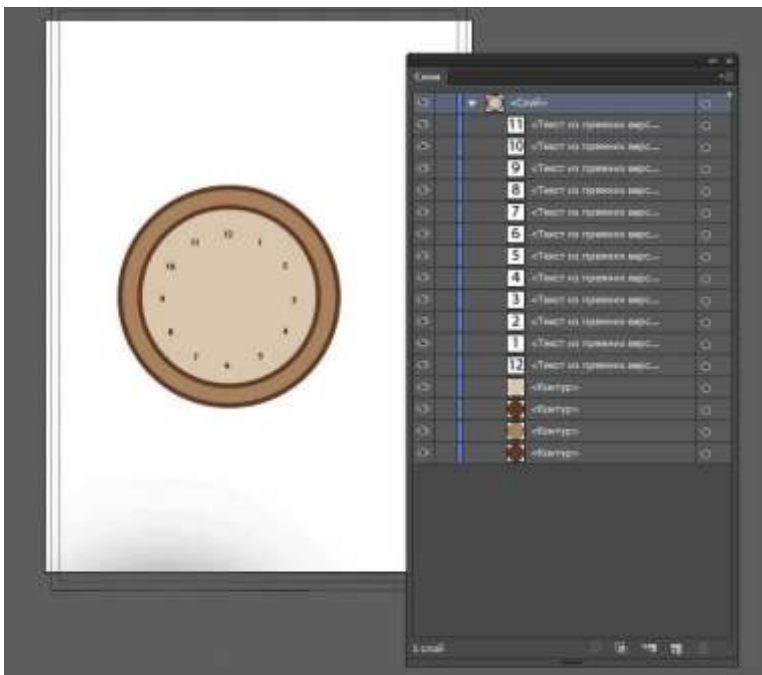


Рис. 9. Ілюстрація до практичного заняття 5 (завдання 1). L10start.ai

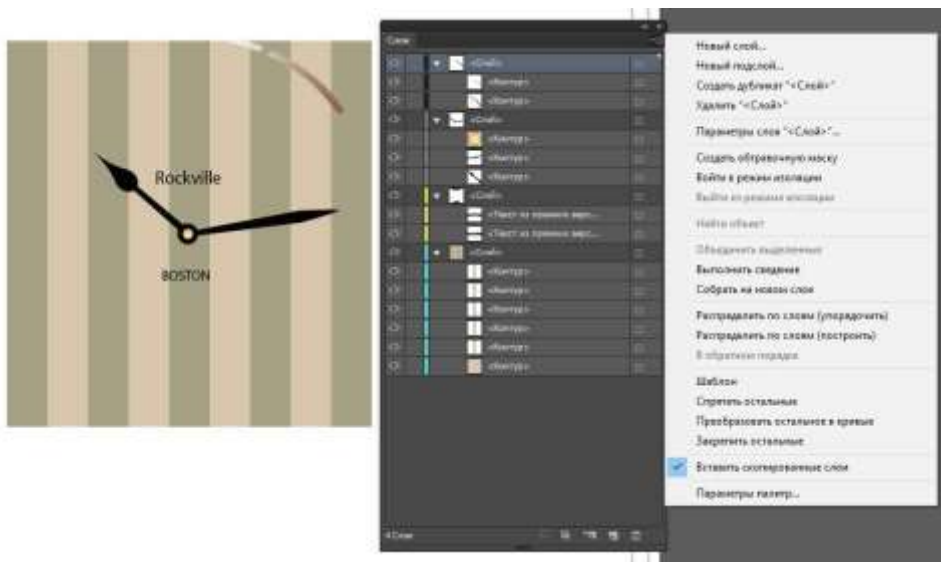


Рис. 10. Ілюстрація до практичного заняття 5 (завдання 1).Details.ai

Техніка виконання: використати меню палітри Шари і основні засоби управління шарами: переміщення, виділення і групування, створення обтравочної маски. На першому етапі необхідно відкрити файл Details.ai, виділити всі шари і активізувати команду «Вставити збережені шари» меню, як на малюнку. Далі виділені шари треба зкопіювати і вставити в зображення у файлі L10start.ai. Наступний крок - необхідно перекомбінувати об'єкти на шарах, як у файлі L10end.ai і застосувати ефект тінь до зазначених на малюнку шарів і об'єктів. Для масштабування цифр виділіть всі об'єкти з цифрами і скористайтесь командой меню Об'єкт / Трансформувати / Трансформувати кожний. Для градієнтних заливань, що застосовані до об'єктів нижнього шару, можна скористатися готовими заливаннями палітри «Зразки».

Вимоги до подання: кінцевий малюнок Рис. 10 зберігається в окремому файлі у базовому форматі програми

Завдання 2. Створення векторної версії розробленого фірмового блоку. Для створення векторної версії фірмового блоку використовуємо затверджений викладачем ескіз. Розміщаємо його на шарі в режимі трафарет. Створюємо новий шар і малюємо фірмовий блок. Вимоги до подання в методичних вказівках до виконання індивідуального завдання.

Рекомендації до розробки візитної картки

Розмір візитної картки

Звичайна візитка є прямокутник з не дуже щільного картону приблизного розміру 50x90 мм, що відповідає шаблоном програми Biznes Card. Менеджери вищої ланки можуть використовувати картки розміром 60x90 мм, візитна картка молодій дівчині, навпаки, може бути менше – наприклад, 70x35 мм. Розмір в великій мірі диктується сучасними стандартами паперу і візитниць.

Колір візитної картки

Бажано, щоб візитка мала темний текст на світлому фоні. Стиль оформлення залежить від її призначення і фірмового стилю компанії. Ділова візитка найчастіше буває лаконічною, без рамок і завитків. Оформлення презентаційної візитної картки дизайнера може бути найрізноманітнішим. Норми європейського ділового етикету передбачають використання рожевого, блакитного, білого тла й тексту темно-коричневого, синього і чорного кольорів.

Шрифт візитної картки

Шрифт візиток перш за все повинен бути зрозумілим для сприйняття. Слід зазначити також, що при використанні декоративних шрифтів, дуже легко перейти кордон хорошого тону. Тобто зазвичай декоративний шрифт використовується як акцент в загальній композиції візитної картки. Ім'я та прізвище прийнято виділяти грубим шрифтом більшого розміру, ніж основний текст.

Психологія сприйняття візитної картки

Результати великої кількості психологічних досліджень з особливостей сприйняття друкованої інформації людським оком показали, що наше око починає вивчення аркуша паперу з друкованими знаками, фотографіями або просто картинками з верхнього лівого кута, по діагоналі спускається в правий нижній кут, а потім переміщається знову вгору, затримуючись у середині тільки в тому випадку, якщо там є привертаючі увагу деталі.

Цю властивість людського сприйняття дуже часто враховують при виборі розташування друкованих елементів на візитці.

Верхній лівий кут оптимальний для розміщення логотипу. Середина візитної картки – зона, яку око проскакує швидше за все, тому інформація тут повинна бути якимось чином виділена – або великим шрифтом, або кольором. Стандартне розташування адреси і телефонів внизу і в середині припустимо,

але можна змістити даний блок в правий нижній кут. Тоді візитка виходить більш збалансованою для сприйняття.

Створюючи макет візитної картки, дотримуються правил формальної композиції на площині. Для дотримання рівного відступу текстових блоків і графічних елементів від краю сторінки документа використовують допоміжні засоби програми – направляючі і сітки. Оскільки текст повинен бути легким для читання, для друку реквізитів (адреса, телефони фірми або представника фірми, дизайнера, тощо) не прийнято використовувати шрифт розміром менше 8 пунктів. При великій кількості тексту доцільним є використання шрифту меншого розміру без засічок, але при цьому його розріджують.

В умовах становлення ринкових відносин і різкого розширення контактів з зарубіжними партнерами, підприємці всіх видів діяльності гостро усвідомлюють необхідність створення фірмового «обличчя». Нині проектування графічних елементів фірмового стилю – графічна рекламна галузь дизайнерської творчості, в якій проектується візуальний імідж компаній, фірм та ін.

Класифікація візитних карток

- 1) **Візитна картка фірми, установи чи організації (корпоративна).** Містить повну назву організації, адресу, телефон, факс. Використовується із представницькою метою і для привітання від імені фірми.
- 2) **Стандартна картка.** Зазвичай використовується під час знайомства, що передбачає подальші стосунки. Вона містить назву установи, прізвище, ім'я, по батькові (друкуються великими літерами), посаду, службову адресу, службовий телефон (інколи й домашній).
- 3) **Картка, що використовується із спеціальною та представницькою метою.** На картці зазначаються прізвище, ім'я, по батькові, посада та назва організації, але немає адреси та телефону. Вона використовується для спеціальних та представницьких цілей. Якщо вам пропонують таку візитку, не слід просити написати координати: адже такий вид картки для того й існує, щоб дотримуватися правил гречності і при цьому уникнути, по можливості, майбутніх контактів. Цей вид картки можна використовувати і при надсиланні, наприклад, сувеніру, добре знайомій людині, якій ваші координати відомі.
- 4) **Картка для неофіційних намірів.** Вона скупа на інформацію і містить лише прізвище, ім'я, по батькові та місце проживання: служить, наприклад, для вручення дамам.
- 5) **Флаєр (рекламна візитка).** Назва походить від англійського слова Fly – „летіти в натовп”. Аункція флаєра – привернути увагу потенційного клієнта, проінформувати про запланований захід. Часто на них розміщують інформацію про знижки, акції, інші пільги й переваги, які може отримати пред'явник візитки-флаєра, купуючи товари чи отримуючи послуги.



Рис. 11. Рекламна візитна картка (флаєр)

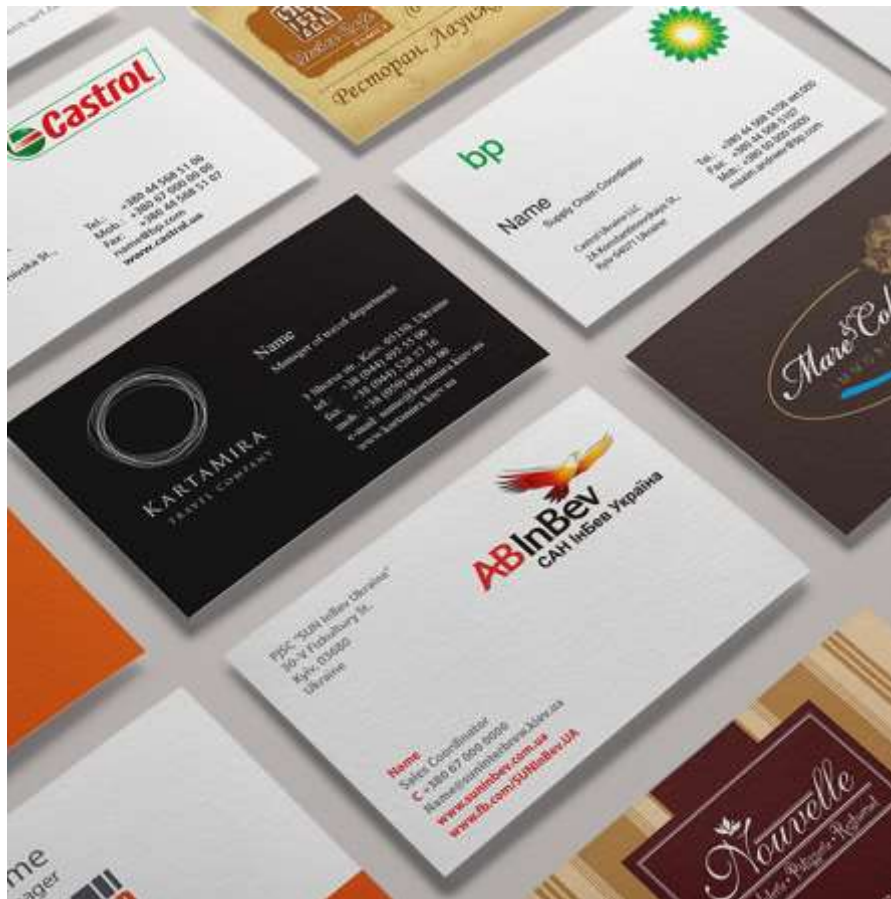


Рис. 12. Приклади корпоративних і стандартних візитних карток

б) CD-візитка (електронна візитна картка). Це звичайний компакт-диск, на який можна записати рекламний і інформаційний текст, розмістити ілюстрації, малюнки, графіки, таблиці, а також музику, анімацію й дикторський текст. На неробочій стороні електронної візитної картки, виконаної у формі традиційної візитки, – та ж інформація, що й на звичайній візитці. А „всередині” – повноцінна мультимедійна презентація. CD-візитки використовуються для презентацій фірм на виставках і конференціях. Туристичні компанії використовують їх як каталоги турів, банки й фінансові компанії – як додаток до пакета послуг, рекламні агентства – як портфоліо креативних робіт, політичні партії й рухи – як програму своєї партії, інформацію про лідерів, ролики з їхніми заявами. Можлива демонстрація відеоролика, в якому розповідається про переваги використання сучасних технологій – мультимедійних презентацій і CD-візиток.



Рис. 13. Приклади нестандартних візитних карток за формою

Ідеї щодо оформлення візитних карток.

1. Використання для візитної картки вертикальної орієнтації.
2. Використання нестандартних форм
3. Використання нестандартних шрифтових композицій, нових колірних комбінацій, форми, зображення, композиційних схем

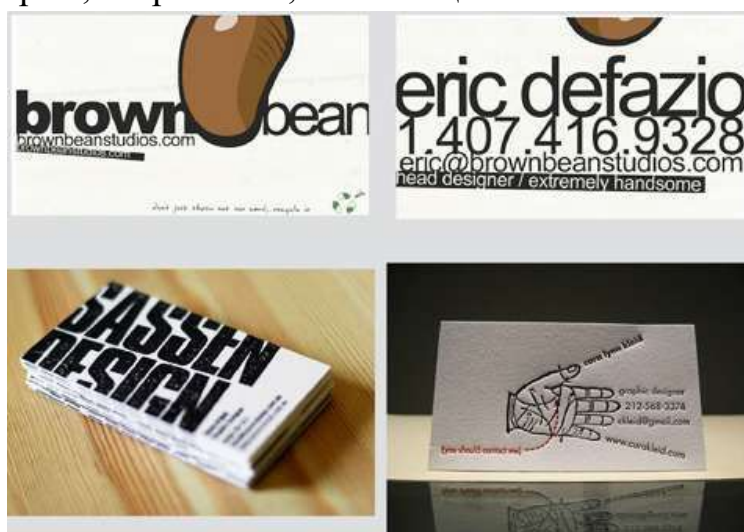


Рис. 14. Приклади візитних карток з використанням шрифтових композицій

Дизайн бланків також залежить від їх виду та призначення. Зазвичай виділяють два основних види: загальний (для внутрішнього документообігу – наказів, заяв, актів) і фірмовий бланк (для листів, прайс-листів, рахунків тощо). Для першого випадку краще вибрати більш стриманий дизайн, звичайний офісний папір і монохромну гаму кольорів.

Фірмовий бланк, призначений для ділової кореспонденції, розсилки комерційних пропозицій (особливо адресних), може бути віддрукований в повнокольоровій палітрі і на спеціальному папері. При розробці макета, розташовуючи на аркуші різні елементи фірмового стилю, слід пам'ятати, що на бланках, насамперед, друкують документи, які беруть участь у звичайній схемі діловодства, отже, необхідно залишати стандартні поля для їх зшивання.



Рис. 15. Приклади фірмових документів і рекламної продукції (блокнот, ручка), бланків



Рис. 16. Приклади фірмових бланків

Список літератури

основний

1. Безсонова, Л. М. До питання про дефініції у графічному дизайні: сучасний зміст поняття «логотип». // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: збірка наукових праць. – Харків : ХДАДМ, 2010. №1. – С. 257-260.
2. Безсонова, Л. М. Морфологія логотипу в системі ідентифікаційної знакової графіки. // Вісник ХДАДМ, 2011, №3. – С. 4-7
3. Брюханова Г. Комп'ютерні дизайн-технології: навч посіб. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 180 с.
4. Денисенко С. М. Основи композиції і проектної графіки: навч. посіб. – Київ : НАУ, 2021. – 52 с.
5. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей. ArtHuss, 2020. –192 с.
6. Іванов. С. Основи композиції видання. – Київ: Світ, 2013. – 232 с.
7. Каратаєва М. В. Фавікони як семіотичні та національно-культурні підходи до брендингу у віртуальному просторі. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – Київ : Логос, 2011. – С. 172-183.
8. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник за редакцією проф. Є. А. Антоновича. Вид. третє, перероб. і доповн. – Київ : Кондор, 2015. – 544 с.

9. Основи айдентики: [матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу] / укладачі Ю. С. Кулінка, Л. П. Романко. – Кривий Ріг: ДВНЗ «КДПУ», 2017. – 95 с.
10. Литвинюк Л. До питання становлення та розвитку фірмового стилю. // Вісник Львівської національної академії мистецтв. – Вип. 24. – С. 10-17.
11. Побєдін В. А. Знаки у графічному дизайні. – Харків, 2001. – 95 с.
12. Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. – Київ : КНУТД, 2016. – 175 с.
13. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підруч. – Суми : Університетська книга, 2012. – 367 с.
14. Airey David (author) Identity Designed: The Process: Research, Strategy, Design, Implementation (Hardback) Publisher: Quarto Publishing Group USA. 2024. 240 p. ISBN: 9780760384060
15. Weinschenk S. 100 Things Every Designer Needs to Know About People (Voices That Matter) New Riders; 2nd edition (June 25, 2020). 256 p

додатковий

16. Ежов В.И. Эскизная графика архитектора. – Киев: СИМВОЛ-Т, 2003. – 336 с.
17. Каратаєва, М. В. GOOGLE DOODLES – креолізація логотипу та частковий ребрединг у рекламному дискурсі URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/index.php?act=article& article=2341>.
18. Поунор Рік. No More Rules: Graphic Design and Postmodernism. London, Laurence King Publishing, 2003. 140 p.
19. Фолкнер Э., Чавез К.. Adobe Photoshop СС. Официальный учебный курс.; пер. Райтман М. А. 2022. Эксмо. 448 с

Електронні ресурси

20. Каратаєва, М. В. Особливості брендингу apple: мовний та візуальний URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43703/18-Karataeva.pdf?sequence=1>.
21. Посібник користувача Photoshop <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
22. Посібник користувача Adobe Illustrator. <https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
23. Прокурова Н.І., Козінцева М. Ю., Моїсєєва Л.В. Фірмовий стиль. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
24. Створіть фірмовий стиль, згідно з яким ви проведете всі свої маркетингові кампанії. URL: <https://www.adobe.com/ua/creativecloud/business/teams/use-cases/brand-identity.html>
25. <https://leosvit.com/ptf#design>
26. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/821118>.
27. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/blank/>.
28. <https://tart.com.ua/uk/poslugi/konvert/>
29. <https://ostashev.com/ru/design/kniga-devida-ejri-logotip-firmennyj-stil/>

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Методичні вказівки
до практичних занять
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти за спеціальністю
023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»

Укладачі: **Сафронова** Олена Олексіївна
Пластара Оксана Петрівна

Комп'ютерне верстання *А. П. Селівестрової*

Ум. друк. арк. 1,96. Обл.-вид. арк. 2,0
Електронний документ. Вид № 31/V-25.

Виконавець і виготовлювач
Київський національний університет будівництва і архітектури

Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03680

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002 р

