

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

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

Київ 2025

УДК 004.774.6(07)

Ф62

Укладачі: 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 образотворчого мистецтва
і архітектурної графіки, протокол № 6 від 29 жовтня 2024 року*

В авторській редакції.

Фірмовий стиль [Електронний ресурс]: методичні вказівки до
Ф62 виконання індивідуального завдання / уклад.: О.О Сафронова,
О. П. Пластара – Київ : КНУБА, 2025. – 20 с.

Містять зміст, порядок оформлення і вказівки до виконання
індивідуальних завдань курсу.

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

КНУБА, 2025

ЗМІСТ

Загальні положення.....	4
Вимоги до подання індивідуального завдання.....	5
Методичні рекомендації до розробки брендбука (паспорта стандартів).....	5
Приклад оформлення елементів паспорта стандартів.....	6
Список літератури.....	17

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.

ВИМОГИ ДО ПОДАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

1. Структура реферату (або презентації) за результатами передпроектного аналізу:

Вступ.

Надати коротке визначення значення фірмового стилю для розвитку і реклами громадського заклади обраного напрямку. Коротко охарактеризувати напрям його (закладу) діяльності.

Розділ 1. Аналіз аналогів фірмового стилю.

Зміст розділу. надати аналіз концепцій існуючих фірмових стилів закладів за аналогічним напрямком діяльності: дати оцінку формоутворення (інформаційне навантаження - визначити, який зміст, на Вашу думку символізує форма знака), і кольорового рішення.

Розділ 2. Розробка концепції фірмового стилю обраного закладу проектування.

Зміст розділу.

Провести бріфінг, тобто визначити основні вимоги до фірмового стилю обраного закладу залежно від цільової аудиторії, напрямку діяльності, мети (яку інформацію потрібно донести до споживача, наприклад, якість, стабільність, напрям діяльності тощо).

На основі проведеного бріфінгу, розробити асоціативний ряд і відобразити його словесно. Рекомендований підхід – розробка карти асоціацій або мудборда. Показати процес ескізування.

Описати обрану концепцію і варіанти фірмового блоку.

Список літератури

Вказати які підручники Ви використали, адресу і назву інформаційних Web-сторінок (посилання).

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО РОЗРОБКИ БРЕНДБУКА (ПАСПОРТА СТАНДАРТІВ)

Всі елементи фірмового стилю виконуються в програмах векторної графіки Adobe Illustrator Нижче наведені необхідні складові, що потрібно включити до розробки. Жовтим кольором виділені обов'язкові складові. Компанування за зразками брендбуків на свій розсуд, але з дотриманням єдиного стилістичного рішення документа. При використанні в програмі

AdobeIllustrator – використовуємо монтажні області. Кінцевий варіант експортується в формат pdf. Рекомендований формат сторінки (монтажної області) – А5

Склад ключових розділів паспорта стандартів (guideline):

I Фірмовий знак

1. Концепція (опис). Концептуальне опис логотипу як основного елемента фірмового стилю (як в рефераті).

2. Варіанти написання логотипу (складові, що повинні обов'язково присутні в роботі, – виділені жовтим кольором):

Український

Латинський

3. Візуальне рішення блоку (логотипу):

Кольоровий логотип. Графічне зображення, включає написання назви компанії і графічний символ компанії, об'єднані в єдину композицію.

Чорно-білий логотип. Версія логотипу компанії, при зображенні якої використовується тільки один (чорний) колір. Такий логотип є спрощеним, тобто виключені всі елементи зображення, які можуть змазуватися при дуку/нанесенні, наприклад, незначні елементи, яких не видно при зменшенні розміру зображення логотипу.

Монохромний логотип. Логотип компанії, при зображенні якого використовується один колір різної тональності.

Фірмові кольори

Фірмові шрифти

4. Умови збільшення/зменшення логотипу за допомогою масштабної сітки.

5. Правила побудови логотипу в графічній і колірній формі. Умови комбінації з чужорідними графічними і текстовими об'єктами:

Межі території логотипу (охоронні зони)

Допустимі варіанти розташування сторонніх об'єктів

Варіанти допустимого колірною фону для розміщення логотипу.

II Розміщення фірмового блоку (або тільки фірмового знака, або тільки логотипу) на типових документах

Бланк ділового листа або конверт обраного формату

Конверт С64

Конверт С64 Vip

Євроконверт

Євроконверт Vip

Фірмова папка

Візитна картка.

Бейджик

Фірмовий одяг

Сувенірна продукція (можна вибрати готові векторні форми сувенірної продукції і розмістити свій логотип)

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ПАСПОРТА СТАНДАРТІВ

Паспорт стандартів групи компаній Lifan



(ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ)

Група компаній Lifan (кит. 力帆, «Идти на всех парусах») – крупний філіал китайської компанії, що спеціалізується на виробництві легкових автомобілів, автобусів, мотоциклів, скутерів, квадроциклів і запасних частин.

Lifan був відомий в Китаї як виробник двохколісної техніки, однак віднедавна почав виробництво і легкових автомобілів. Почавши експансію на російський ринок кілька років тому з єдиною моделлю, сьогодні Lifan пропонує лінійку вже з чотирьох авто: передньопривідні бюджетний хетчбек і седан Breez, седан малого середнього класу Solano, компактний кросовер X60 і хетчбек малого класу Smily, який має значну зовнішню схожість з найпопулярнішою моделлю MINI.

Штаб-квартира знаходиться в місті Чунцин. Компанія спонсує футбольний клуб Чунцин Ліфанов, який виступає в Суперлізі Китаю.

Логотип і фірмовий блок.
Цілісне рішення логотипа



формоностронно логотипа



історично колірні логотипа (використа)



градієнтное на чертках логотипа (растояние середі) для використання об'єкта.
Используется только на черном фоне

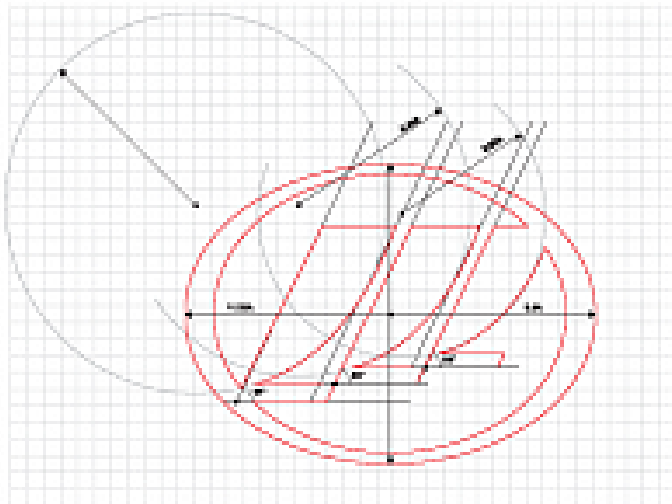


формоностронно логотипа*

формоностронно логотипа (використа)

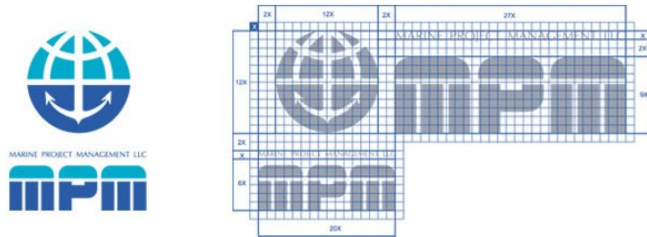
Логотип і фірмовий блок.

Кольорове рішення



Логотип і фірмовий блок.
Побудова логотипу по
сегменту модульної
сітки

Спрощений варіант представлення подано нижче (тільки модульна сітка, щоб можна було побачити співвідношення елементів:



alexsv.ru



Логотип і фірмовий блок:

Співвідношення елементів фірмового блоку



Логотип і фірмовий блок:

Фірмові кольори логотипу в колірній моделі СМУК



Логотип і фірмовий блок:

Фірмові кольори логотипу в колірній моделі Pantone



Логотип і фірмовий блок:

Чорно-біле зображення логотипу



Логотип і фірмовий блок:

Масштабування логотипу (можна дати тільки найменший розмір по одній координаті і найбільший)



основным критерием размещения прямого начертания логотипа на полихромной фоновой среде является контраст логотипа и фоновой среды, при этом элементы логотипа должны четко узнаваться.



основным критерием размещения инверсного начертания логотипа (выворотки) на черной фоновой среде является контраст логотипа и фоновой среды, при этом элементы логотипа должны четко узнаваться.

Логотип і фірмовий блок: розміщення логотипу на кольоровому фоні в середовищі. Основним критерієм розміщення прямого начертання логотипу на повноколірному фоновому об'єкті є контраст логотипу і фонового середовища, при цьому елементи логотипу повинні чітко розрізнятися. Основним критерієм якісного розміщення інверсного начертання логотипу (виворотки) на чорному фоні середовища є контраст логотипу і фонового середовища, при цьому елементи логотипу повинні теж чітко розрізнятися. Якщо відсоток чорного більше 50%, то необхідно використовувати інверсне начертання логотипу (виворотку). Якщо відсоток чорного менше 50%, то необхідно використовувати пряме начертання логотипу



не змінюйте угол наклона логотипа



не используйте другие шрифты для элементов логотипа



не изменяйте фирменный цвет логотипа



не изменяйте расстояния между составляющими элементами логотипа



не используйте логотип в виде обводки



не изменяйте пропорции логотипа

Логотип і фірмовий блок:

Неправильне використання логотипу

аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж
Іа Іи Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Іп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Іч Шш Щщ ь ы ь Ээ Юю Яя

**аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж
Іа Іи Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Іп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Іч Шш Щщ ь ы ь Ээ Юю Яя**

аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж
Іа Іи Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Іп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Іч Шш Щщ ь ы ь Ээ Юю Яя

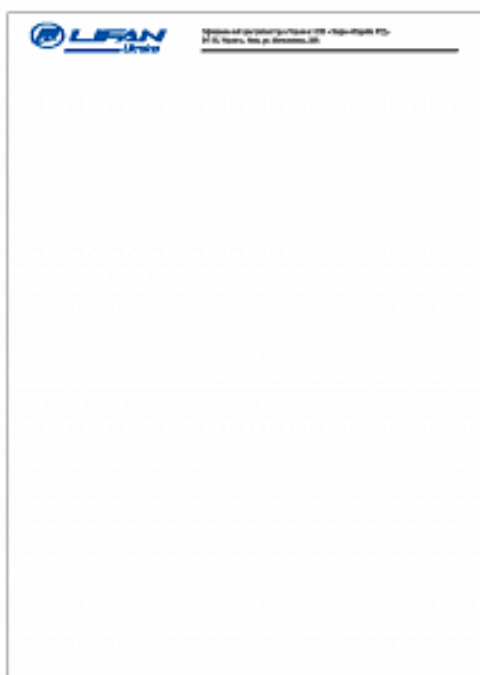
**аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж
Іа Іи Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Іп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Іч Шш Щщ ь ы ь Ээ Юю Яя**

шрифти:

гагарнітура,
і накреслення



Візитна картка



Фірмовий бланк



Оформлення салону. Екстер'єр. Зовнішня вивіска світиться. Букви кріпляться до синьої основи корпоративного кольору. Конструкція логотипу виконується з білої світлопропускаючої фронтальної частини з використанням непрозорої сріблястої бічної стінки.



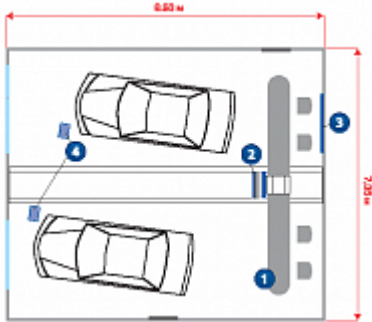
Оформлення салону. Екстер'єр. Пілон Стрілка наноситься в залежності від розташування пілона по відношенню до магазину. Світиться тільки білий бокс з логотипом, стрілка і напис АВТОСАЛОН. Збоку шви фронтальної і тильної частини з'єднані через алюмінієвий профіль.



Оформлення салону:

Інтер'єр.

Логотип LIFAN. Щоб кріпити літери не безпосередньо до вагонки, робиться підкладка з двох цілих шматків пластику, що трохи виступають за контури букв, а підкладка, в свою чергу, кріпиться до вагонки.



Оформлення салону:

схема розташування елементів оформлення салону



Сувенірна продукція: чашка



Сувенірна продукція: ручка



Блокнот

Сувенірна продукція: Попільничка і запальничка



При створенні сувенірної продукції використовуємо технологію мок-ап. Тобто підбираємо в середовищі інтернет готові файли формату psd, що містять smart –об’єкти і замінюємо логотип на свій по загальній схемі роботи з такими файлами.

Кінцевий варіант роботи експортуємо у формат pdf.



Рис. 1. Приклад 1 сторінок завершеного брендбука

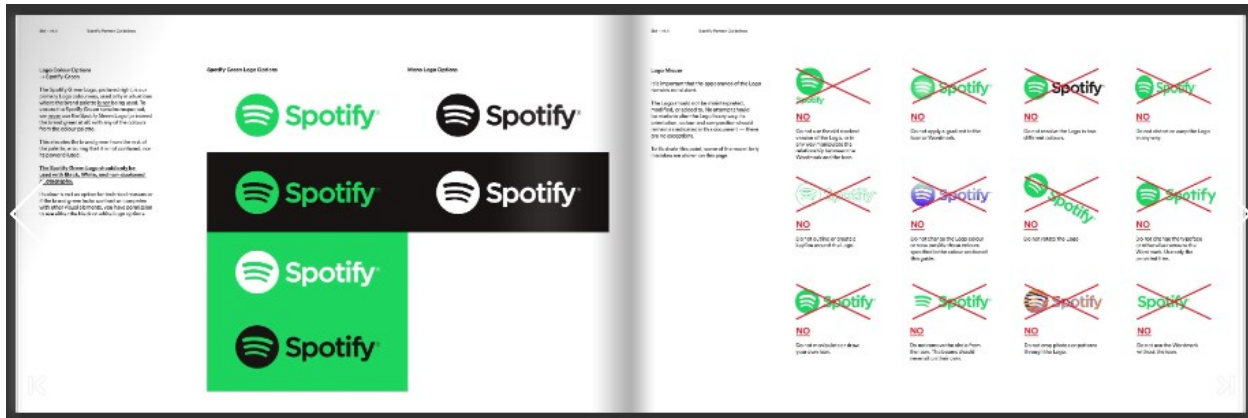


Рис. 2. Приклад 2 сторінок завершеного брендбука (<https://fliphtml5.com/learning-center/uk/6-excellent-brand-guidelines-examples-made-from-pdf/>)



Рис. 3. Приклад 3 завершеного брендбука <https://linnikov.agency/ua/service/razrabotka->

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна література:

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*. – Х.: 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 проєктної 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 ХХІ 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-Видавництво, 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. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Графічний дизайн та фірмовий стиль» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої

освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / уклад. : В. А. Голіус, А. Г. Зінченко. –Харків: Нац. ун-т міськ госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2021. – 30 с.

- 12.Побєдін В. А. Знаки у графічному дизайні. Харків, 2001. – 95 с.
- 13.Сафронова О.О., Донець К.В. Основи двовимірної комп'ютерної графіки : навч. посіб. – Київ : КНУТД, 2016. – 175 с.
- 14.Тєлєтов О.С. Рекламний менеджмент: підручник.Суми: Університетська книга, 2012. 367 с.
- 15.Airey David (author) Identity Designed: The Process: Research, Strategy, Design, Implementation (Hardback) Publisher: Quarto Publishing Group USA. 2024. 240 p. ISBN: 9780760384060
- 16.Weinschenk S. 100 Things Every Designer Needs to Know About People (Voices That Matter) New Riders; 2nd edition (June 25, 2020). 256 p.

Додаткові джерела:

- 17.Ежов В.И.Эскизная графика архитектора. – Киев: СИМВОЛ-Т, 2003. – 336 с.
- 18.Каратаєва, М. В. GOOGLE DOODLES – креолізація логотипу та частковий ребрединг у рекламному дискурсі URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/index.php?act=article& article=2341>.
- 19.Поунор Rick. No More Rules: Graphic Design and Postmodernism. – London, Laurence King Publishing, 2003. – 140 p.

Електронні ресурси

- 20.Каратаєва, М. В. Особливості брендингу apple: мовний та візуальний URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43703/18-Karataeva.pdf?sequence=1>.
- 21.Макельский, С. Как создать и продать логотип URL: <http://bookre.org/reader?file=587331&pg=19>.

- 22.Посібник користувача Photoshop
<https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
- 23.Посібник користувача Adobe Illustrator.
<https://helpx.adobe.com/ua/illustrator/user-guide.html>
- 24.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
- 25.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>
- 26.<https://leosvit.com/ptf#design>
- 27.<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/821118>.
- 28.<https://tart.com.ua/uk/poslugi/blank/>.
- 29.<https://tart.com.ua/uk/poslugi/konvert/>
- 30.<https://ostashev.com/ru/design/kniga-devida-ejri-logotip-firmennyj-stil/>

Навчально-методичне видання

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Методичні вказівки
до виконання індивідуального завдання
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. 1,16. Обл.-вид. арк. 1,15
Електронний документ. Вид № 27/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