

Лабораторна робота № 4

Курс: Теорія брендингу, дизайн та айдентика

Тема: Корпоративна ділова документація. Правила оформлення та технічні вимоги до друкованих носіїв айдентики.

Мета: Навчитися розробляти фірмову ділову документацію з урахуванням технічних вимог до друку; створити макети візитної картки, фірмового бланку, конвертів та промоматеріалів; закріпити навички роботи з модульною сіткою, безпечними полями та областями обрізки (bleed).

Ця лабораторна робота продовжує розвиток візуальної айдентики проекту. Усі макети створюються з використанням логотипу, колірної палітри, шрифтів та паттернів, розроблених у ЛР № 3. Результати увійдуть до розділу «Ділова документація» фінального брендбуку (ЛР № 8).

Теоретичні відомості

1. Ділова документація як brand touchpoint

Кожен контакт споживача або партнера з брендом формує враження — так звану brand experience. Ділова документація (візитівки, бланки, конверти) належить до категорії **brand touchpoints** — точок дотику, де айдентика матеріалізується у фізичному вигляді. Якість друку, продуманість компоновки та дотримання фірмового стилю на цих носіях безпосередньо впливають на сприйняття бренду як професійного та надійного.

У системі brand derivatives ділова документація є практичним втіленням таких елементів, як Brand Logo, Brand Color Palette, Brand Font Set та Brand Tone & Manner. Саме на носіях ділової документації найкраще видно, наскільки цілісною та узгодженою є айдентика — чи працюють шрифти у малих кеглях, чи коректно відтворюються кольори у СМΥК, чи зберігається логотип у мінімальному розмірі.

2. Технічні основи підготовки макетів до друку

При розробці друкованих макетів необхідно враховувати низку технічних параметрів, що забезпечують коректне відтворення дизайну у типографії:

- **Bleed (область обрізки)** — додатковий відступ зазвичай 3 мм з кожного боку за межі обрізного формату. Усі фонові елементи, що виходять до краю сторінки, мають продовжуватися до лінії bleed, щоб після обрізки не залишалося білих смуг.
- **Safe zone (безпечна зона)** — внутрішній відступ (зазвичай 3–5 мм від обрізного формату), в межах якого не розміщуються ключові елементи (текст, логотип), щоб вони не потрапили під обрізку.
- **Колірний простір СМΥК** — усі макети для офсетного друку готуються у колірній моделі СМΥК (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black). Кольори, задані в RGB, можуть суттєво відрізнятись після друку.
- **Роздільна здатність** — мінімум 300 dpi для растрових зображень, щоб забезпечити чіткий друк.

- **Формат файлу** — для передачі у друк зазвичай використовують PDF/X із вбудованими шрифтами та профілями кольору.

3. Стандартні формати ділової документації

Основні формати, що використовуються у корпоративній документації:

- **Візитна картка** — стандартний розмір 90×50 мм (Європа/Україна) або 88,9×50,8 мм (США). Bleed: 3 мм з кожного боку. Safe zone: 5 мм.
- **Фірмовий бланк** — формат A4 (210×297 мм). Внутрішні поля: мінімум 10–15 мм. Бланк зазвичай має два варіанти — кольоровий та чорно-білий (для факсів/копій).
- **Конверт С6** — 114×162 мм (для складеного вдвічі аркуша A4).
- **Конверт євро (DL)** — 220×110 мм (для складеного втричі аркуша A4).
- **Конверт С4** — 229×324 мм (для повноформатного аркуша A4 без складання).
- **Флаєр** — типові розміри: A5 (148×210 мм), A6 (105×148 мм), DL (99×210 мм).

Практична частина

Усі макети розробляються для проекту, обраного у ЛР № 1. Використовувати логотип, кольори, шрифти та паттерни з ЛР № 3.

Завдання 1. Візитна картка

1.1. Розробити дизайн візитної картки (лицьовий та зворотний бік). Тип візитки обрати відповідно до специфіки проекту: корпоративна (з контактами компанії) або особиста (з ім'ям директора/засновника).

1.2. Технічні вимоги до макету:

- Обрізний формат: 90×50 мм.
- Bleed: 3 мм з кожного боку (повний розмір макету: 96×56 мм).
- Safe zone: не менше 5 мм від обрізного формату — жодні ключові елементи (текст, логотип) не повинні виходити за цю межу.
- Колірний режим: СМΥК.

1.3. При оформленні врахувати ієрархію інформації: логотип, ім'я та посада, контактні дані (телефон, email, сайт, соцмережі). Рекомендується продемонструвати візитку на тоскур.

Завдання 2. Фірмовий бланк

2.1. Розробити фірмовий бланк компанії у двох варіантах: основний (кольоровий) та монохромний (чорно-білий).

2.2. Технічні вимоги:

- Формат: A4 (210×297 мм).
- Внутрішні поля: не менше 10 мм з усіх боків.
- Бланк має містити: логотип, назву компанії, контактну інформацію (адреса, телефон, email, сайт).

2.3. Надати приклад заповненого бланку — з імітацією реального ділового листа (текст може бути Lorem Ipsum або реалістичним текстом за тематикою проекту).

Завдання 3. Фірмові конверти

3.1. Розробити дизайн фірмових конвертів двох форматів:

- Конверт євро (DL): 220×110 мм.
- Конверт C6: 114×162 мм.

3.2. Макет конверта має містити логотип, адресу відправника та зону для адреси отримувача. Враховувати розміщення елементів відповідно до поштових стандартів (зона індексу, місце для марки).

Завдання 4. Промоматеріал: флаєр або листівка

4.1. Розробити дизайн флаєру або промо-листівки, що рекламує подію, послугу або продукт вашого бренду (наприклад, відкриття закладу, сезонна акція, запуск нового продукту).

4.2. Формат обрати самостійно (рекомендовані: A5, A6 або DL). Макет має бути двостороннім: лицьова сторона — візуальний акцент та ключовий меседж; зворотна — деталі пропозиції та контакти.

4.3. Флаєр повинен демонструвати практичне застосування фірмових паттернів, розроблених у ЛР № 3.

Завдання 5. Презентація на mockup

5.1. Усі розроблені макети (візитка, бланк, конверти, флаєр) представити на реалістичних mockup'ах. Це дозволяє побачити, як дизайн виглядатиме у реальному середовищі.

5.2. Рекомендовані ресурси для mockup'ів: Smartmockups, Mockup World, ls.graphics, Mr. Mockup або вбудовані шаблони Figma/Canva.

Вимоги до захисту лабораторної роботи

Для захисту лабораторної роботи необхідно представити:

1. Візитна картка (лицьова та зворотна сторони) — card.pdf.
2. Фірмовий бланк: кольоровий та чорно-білий варіанти, заповнений зразок — letterhead.pdf.
3. Фірмові конверти (євро та C6) — envelopes.pdf.
4. Флаєр або промо-листівка (двостороння) — flyer.pdf.
5. Mockup-презентація всіх носіїв — mockups.pdf.

Формат здачі: PDF. Векторні оригінали (.ai, .fig, .svg) зберігати для фінального брендбуку.

Контрольні запитання

1. Що таке brand touchpoints? Наведіть приклади фізичних та цифрових точок дотику.

2. Що таке bleed (область обрізки) та safe zone? Чому вони важливі при підготовці макетів до друку?
3. У чому різниця між колірними моделями RGB та CMYK? Коли застосовується кожна?
4. Назвіть стандартні розміри візитної картки, конвертів C6, DL та C4.
5. Яку роздільну здатність має мати растрове зображення для якісного офсетного друку?
6. Які елементи обов'язково розміщуються на фірмовому бланку?
7. Що таке москит і яку роль він відіграє у презентації айдентики?
8. Як забезпечити узгодженість фірмового стилю на різних носіях документації?

Рекомендована література та ресурси

1. Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding / ed. by S. Holmberg, M. Åsberg. Lund : Studentlitteratur, 2020. 280 p.
2. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 6th ed. Hoboken : Wiley, 2024. 352 p.
3. Ambrose G., Harris P. The Fundamentals of Graphic Design. 2nd ed. London : Bloomsbury Visual Arts, 2018. 200 p.
4. Ambrose G., Harris P. Print and Finish. Lausanne : AVA Publishing, 2006. 176 p.
5. Sherin A. Introduction to Graphic Design: A Guide to Thinking, Process, and Style. London : Bloomsbury Visual Arts, 2017. 208 p.
6. Smartmockups — Free Product Mockup Generator. URL: <https://smartmockups.com> (дата звернення: 24.03.2026).
7. ls.graphics — Free and Premium Mockups. URL: <https://www.ls.graphics> (дата звернення: 24.03.2026).