

Лабораторна робота № 8

Курс: Теорія брендингу, дизайн та айдентика

Тема: Брендбук. Систематизація та оформлення головних принципів використання фірмового стилю.

Мета: Сформулювати фінальний брендбук — єдиний документ, що зводить усі результати курсу в цілісну систему brand guidelines; навчитися структурувати, оформлювати та презентувати корпоративну айдентика як професійний продукт.

Це підсумкова лабораторна робота курсу. Брендбук є фінальним проектом, що інтегрує результати всіх попередніх робіт (ЛР № 1-7) у єдиний документ. Оцінка за брендбук є основною складовою підсумкового балу за курс.

Теоретичні відомості

1. Що таке брендбук і навіщо він потрібен

Брендбук (Brand Book / Brand Guidelines) — це документ, що фіксує правила використання візуальної та вербальної айдентики бренду. Він слугує єдиним джерелом істини (single source of truth) для всіх, хто працює з брендом: дизайнерів, маркетологів, підрядників, партнерів.

У системі бренд-менеджменту брендбук є ключовим інструментом **brand implementation strategy** — стратегії, що забезпечує послідовну трансляцію brand identity у brand image через усі точки контакту (touchpoints). Як зазначають дослідники, якщо керівництво здатне зробити brand identity зрозумілою для всієї організації, і кожен співробітник бачить, як його дії сприяють або шкодять іміджу бренду — тоді цільова аудиторія може інтерпретувати ці сигнали і сформулювати бажаний brand image. Брендбук є саме тим документом, що робить brand identity зрозумілою та відтворюваною.

2. Типи брендбуків

Залежно від масштабу та потреб бренду, існує кілька форматів:

- **Лого-гайдлайн (Logo Guidelines)** — мінімальний формат, що описує лише правила використання логотипу, кольорів та шрифтів. Підходить для стартапів та малих проектів (5-15 сторінок).
- **Brand Guidelines** — повний посібник з візуальної айдентики, що включає логотип, типографіку, кольори, паттерни, правила для друкованих та цифрових носіїв (20-60 сторінок).
- **Brand Book** — розширений документ, що окрім візуальних правил включає бренд-платформу (місію, цінності, Tone of Voice, архетип) та приклади застосування на всіх носіях (40-100+ сторінок).
- **Digital Brand Guidelines** — інтерактивна веб-версія брендбуку (Frontify, Zeroheight, Notion). Зручна для розподілених команд та оперативного оновлення.

3. Принципи оформлення брендбуку

Брендбук — це водночас і документ, і зразок якості. Його оформлення саме по собі має демонструвати фірмовий стиль бренду:

- **Дизайн = бренд.** Оформлення брендбуку виконується у фірмовому стилі: фірмові кольори, шрифти, паттерни, фотостиль. Документ мусить «виглядати» як частина бренду.
- **Чітка структура та навігація.** Зміст на початку, нумерація розділів, зрозумілі заголовки. Читач має швидко знайти потрібну інформацію.
- **Показуй, а не лише розповідай.** Кожне правило супроводжується візуальними прикладами: DO / DON'T, москур'и, реальні сценарії застосування. Текстовий опис підкріплюється ілюстрацією.
- **Конкретність.** Замість «використовуйте фірмові кольори» — вказувати конкретні коди HEX/RGB/CMYK. Замість «зберігайте відступи» — вказувати конкретні величини у мм або рх.
- **Масштабованість.** Документ має бути зручним для доповнення новими розділами в майбутньому.

Практична частина

Завдання 1. Розробити брендбук власного проекту

1.1. Обрати формат брендбуку:

- Друкований / PDF-варіант (рекомендовано).
- Інтерактивний веб-сайт (Readymag, Tilda, Notion, Figma Prototype).

1.2. Усі елементи айдентики представити на москур'ах у контексті.

1.3. Брендбук має включати наступні обов'язкові розділи:

- **Обкладинка** — Назва бренду, логотип, назва документа.
- **Зміст** — Перелік розділів з нумерацією сторінок.
- **Про бренд** — Місія, візія, цінності, архетип, Tone of Voice, Brand Positioning Statement (з ЛР № 2).
- **Логотип**
 - Основна версія логотипу та його побудова (модульна сітка).
 - Варіанти використання (горизонтальний, вертикальний, скорочений).
 - Монохромні варіанти (чорний, білий, на кольоровому тлі).
 - Безпечне поле (clear space) та мінімальний розмір.
 - Недопустимі варіанти використання (мінімум 6 прикладів).
- **Фірмові кольори** — Палітра з кодами HEX, RGB, CMYK, Pantone. Опис сенсового навантаження. Приклади допустимих комбінацій.
- **Фірмові шрифти** — Шрифтова система: назви, накреслення, розміри, правила використання. Приклади в дії.
- **Паттерни та графічні елементи** — Набір паттернів, іконки, ілюстративний стиль, фотостиль (з ЛР № 3).
- **Ділова документація** — Візитка, фірмовий бланк, конверти (з ЛР № 4). Москур'и.
- **Зовнішня реклама** — Білборд, сітілайт, вивіска (з ЛР № 5). Москур'и.

- **Цифрова присутність** — Дизайн веб-сайту (десктоп + мобільна версія), оформлення соціальних мереж, рекламні банери (з ЛР № 6). Москур'и.
- **Сувенірна продукція / мерч** — Мінімум 3 предмети на москур'ах (з ЛР № 7).
- **Фірмова упаковка** — Мінімум 3 варіанти на москур'ах (з ЛР № 7).
- **Корпоративний одяг** — Мінімум 2 предмети на москур'ах (з ЛР № 7).

1.4. Назви розділів у брендбуку мають відповідати переліку, наведеному у п. 1.3.

1.5. Рекомендований обсяг: 30–60 сторінок (без урахування обкладинки та змісту). Кожен розділ має містити як правила, так і візуальні приклади.

Завдання 2. Презентація брендбуку

2.1. Підготувати усну презентацію фінального брендбуку (5–10 хвилин). Презентація проводиться перед групою та є обов'язковою складовою захисту.

2.2. Структура презентації:

1. Коротко про бренд: місія, цінності, ЦА (1–2 хвилини).
2. Демонстрація ключових елементів айдентики: логотип, кольори, шрифти (2–3 хвилини).
3. Огляд носіїв: ділова документація, зовнішня реклама, digital, мерч, упаковка, одяг (2–4 хвилини).
4. Відповіді на запитання викладача та групи (1–2 хвилини).

Вимоги до захисту лабораторної роботи

Для захисту лабораторної роботи необхідно представити:

1. Фінальний брендбук у форматі PDF (brandbook.pdf).
2. Вихідні файли проекту (.ai, .fig, .psd, .svg тощо) — організовані у папки відповідно до розділів брендбуку.
3. Усна презентація брендбуку перед групою (5–10 хвилин).

Критерії оцінювання

- **Повнота.** Наявність усіх обов'язкових розділів з переліку п. 1.3.
- **Якість дизайну.** Професійний рівень виконання макетів, увага до деталей, естетика оформлення.
- **Консистентність.** Узгодженість фірмового стилю на всіх носіях: чи працює айдентика як єдина система.
- **Відповідність стратегії.** Зв'язок візуальних рішень з бренд-платформою (місія, цінності, архетип, ЦА).
- **Оформлення брендбуку.** Чи є сам документ зразком фірмового стилю: структура, навігація, типографіка.
- **Презентація.** Вміння чітко та переконливо представити проект, обґрунтувати дизайнерські рішення.

Контрольні запитання

1. Що таке брендбук і яка його основна функція у системі бренд-менеджменту?
2. Назвіть основні типи брендбуків та їхні відмінності.
3. Які обов'язкові розділи має містити повноцінний Brand Book?
4. Що таке brand implementation strategy і як брендбук допомагає її реалізувати?
5. Поясніть принцип «показуй, а не лише розповідай» у контексті оформлення брендбуку.
6. Чому оформлення самого брендбуку має відповідати фірмовому стилю?
7. У чому переваги цифрового (web-based) брендбуку перед PDF-версією?
8. Як забезпечити масштабованість брендбуку для подальшого розвитку бренду?

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. Kapferer J.-N. The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. 5th ed. London : Kogan Page, 2012. 512 p.
4. Airey D. Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding. Beverly : Rockport Publishers, 2019. 288 p.
5. Van Nes I. Dynamic Identities: How to Create a Living Brand. Amsterdam : BIS Publishers, 2013. 256 p.
6. Brandpad — Online Brand Guidelines. URL: <https://brandpad.io> (дата звернення: 24.03.2026).
7. Behance: Brand Guidelines Collections. URL: <https://www.behance.net/search/projects?search=brand+guidelines> (дата звернення: 24.03.2026).