

Лабораторна робота № 3

Курс: Теорія брендингу, дизайн та айдентика

Тема: Логотип. Константи фірмового стилю. Графічний образ. Розробка палітри фірмових кольорів та шрифтів.

Мета: Створити основні візуальні константи фірмового стилю: мудборд, неймінг, логотип (з варіаціями та правилами використання), модульну сітку, колірну палітру та набір фірмових шрифтів. Навчитися обґрунтовувати дизайнерські рішення на основі бренд-платформи, розробленої у ЛР № 2.

Ця лабораторна робота є ключовим етапом побудови візуальної айдентики. Результати ЛР № 3 використовуватимуться у всіх наступних роботах (ЛР № 4–8) та увійдуть до фінального брендбуку.

Теоретичні відомості

1. Від стратегії до візуальної мови

Візуальна айдентика бренду — це не довільний набір графічних елементів, а цілісна система, що візуально втілює стратегію, визначену у бренд-платформі. Кожне дизайнерське рішення — від вибору кольору до пропорцій логотипу — має бути обґрунтованим і відповідати місії, цінностям та позиціонуванню бренду. Саме тому професійна розробка айдентики завжди починається зі стратегічного етапу, а не з ескізів.

Як зазначено в теорії бренд-менеджменту, бренд включає такі візуальні деривативи: **Brand Logo**, **Brand Logo Type**, **Brand Color Palette**, **Brand Font Set**, **Brand Guidelines** та **Brand Imagery**. Усі ці елементи є «company-side derivatives» — тим, що компанія свідомо створює та контролює для формування бажаного сприйняття бренду на ринку.

2. Мудборд як інструмент візуалізації стратегії

Мудборд (Mood Board) — це візуальний колаж, що передає настрій, стилістику, колірну гаму та емоційну атмосферу майбутньої айдентики. Він виконує роль мосту між стратегією (бренд-платформа, архетип, tone of voice) та дизайном. Якісний мудборд включає: фотографії, текстури, кольорові зразки, приклади типографіки, елементи графіки, які відображають характер бренду. Сучасні дизайнери створюють мудборди у Figma, Miro, Pinterest або Adobe Illustrator.

3. Логотип: типологія та принципи

Логотип є центральним елементом візуальної айдентики. За типологією логотипи поділяються на: **wordmark / logotype** (текстовий — Google, Coca-Cola), **lettermark** (аббревіатура — IBM, HBO), **brandmark / symbol** (знак без тексту — Apple, Nike), **combination mark** (знак + текст — Adidas, Burger King) та **emblem** (текст всередині знаку — Starbucks, Harley-Davidson).

Сучасні тренди логодизайну 2025–2026 рр. включають: адаптивні логотипи, що змінюють форму залежно від контексту (responsive logos); типографічні логотипи з кастомними шрифтами як стратегічним активом; контрольовану недосконалість

для створення «людського дотику»; а також системне мислення, де логотип — частина ширшої дизайн-системи, а не ізольований знак.

4. Колір і типографіка як носії значень

Колірна палітра бренду формується з основних (primary) та допоміжних (secondary) кольорів. Кожен колір несе семантичне навантаження та впливає на сприйняття бренду: наприклад, синій асоціюється з довірою та стабільністю, червоний — з енергією та пристрастю, зелений — з екологією та зростанням. Кольори фіксуються у колірних моделях CMYK (для друку), RGB (для екранів) та HEX (для веб-розробки).

Типографіка — невід’ємна частина бренд-айдентики. Шрифтова пара (heading + body) або шрифтова система мають відповідати характеру бренду. У 2025–2026 рр. спостерігається тенденція до використання варіативних шрифтів (variable fonts), які дозволяють одній шрифтовій родині адаптуватися до різних середовищ. Важливо також враховувати доступність (accessibility): шрифти повинні бути розбірливими на різних носіях та при різних розмірах.

Практична частина

Усі завдання виконуються для проекту, обраного у ЛР № 1, з урахуванням бренд-платформи, розробленої у ЛР № 2.

Завдання 1. Мудборд (Mood Board)

1.1. Розробити мудборд, що відображає візуальний напрямок айдентики вашого бренду. Мудборд має передавати настрій, стилістику, колірні акценти, фактури та загальну атмосферу, що відповідає бренд-платформі (архетип, цінності, tone of voice).

1.2. Мудборд повинен містити: підбірку фотографій/зображень (5–10), зразки кольорів, приклади шрифтів, текстури або патерни, ключові слова або короткий опис настрою.

1.3. Інструменти: Figma, Miro, Pinterest (з експортом), Adobe Illustrator, Canva.

Формат здачі: moodboard.pdf

Завдання 2. Наймінг

2.1. Обрати або підтвердити назву бренду для власного проекту. Якщо назву було визначено у ЛР № 1–2, коротко обґрунтувати вибір.

2.2. Перевірити унікальність назви: чи не використовується вона конкурентами у вашій ніші (пошук в Google, реєстрах торгових марок, соціальних мережах). Навести результати перевірки.

Завдання 3. Логотип

3.1. Дослідити логотипи конкурентів (3–5 прикладів). Визначити спільні візуальні рішення та можливості для диференціації вашого бренду.

3.2. Розробити мінімум 3 ескізні варіанти логотипу. На цьому етапі допускаються ручні ескізи або чорнові цифрові варіанти.

Формат здачі: logo_variants.pdf

3.3. Обрати основний варіант логотипу та допрацювати його до фінального вигляду у векторному редакторі (Adobe Illustrator, Figma, Affinity Designer).

Формат задачі: *logo_final.pdf*

3.4. Розробити варіації логотипу:

- основний повнокольоровий варіант;
- горизонтальна та вертикальна компоновка (за потреби);
- спрощений варіант / фавікон (для малих розмірів);
- чорно-білий варіант (позитив і негатив);
- монохромний варіант на кольоровому фоні.

3.5. Визначити безпечну зону логотипу (clear space / protection zone) — мінімальні відступи від інших елементів дизайну.

Формат задачі: *logo_clearspace.pdf*

3.6. Розробити приклади **недопустимого використання логотипу** (do's and don'ts): деформація, зміна пропорцій, використання неправильних кольорів, додавання ефектів, порушення безпечної зони тощо.

Формат задачі: *logo_donts.pdf*

Завдання 4. Фірмові кольори

4.1. Підібрати колірну палітру бренду. Рекомендована структура:

- 1-2 основних кольори (primary);
- 2-3 допоміжних кольори (secondary);
- 1-2 нейтральних кольори (neutral / background).

4.2. Для кожного кольору зазначити значення у колірних моделях: HEX, RGB, CMYK та Pantone (за можливості).

4.3. Описати семантичне значення кожного кольору палітри: які емоції та асоціації він викликає, чому обраний для цього бренду.

4.4. Продемонструвати приклади використання палітри: комбінації кольорів для фонів, тексту, акцентів.

Формат задачі: *colors.pdf*

Завдання 5. Фірмові шрифти

5.1. Обрати шрифтову пару (або шрифтову систему) для використання в айдентиці бренду: один шрифт для заголовків, один — для основного тексту. За потреби додати акцентний шрифт.

5.2. Представити зразки шрифтів: назва шрифту, приклади накреслень (regular, bold, italic), абетка (латиниця та кирилиця за потреби), числа та спеціальні символи.

5.3. Описати правила використання шрифтів у різних контекстах: веб-сайт, соціальні мережі, друкована продукція, презентації.

5.4. Обґрунтувати вибір: чому ці шрифти відповідають характеру та позиціонуванню бренду.

Формат задачі: *typography.pdf*

Завдання 6. Графічний елемент / патерн (опціонально)

6.1. Розробити допоміжний графічний елемент айдентики: патерн, фірмову текстуру, суперграфіку або систему іконок, що доповнюють візуальну мову бренду.

6.2. Показати приклади застосування графічного елементу на різних носіях (фон для презентації, елемент упаковки, оформлення соціальних мереж).

Це завдання є рекомендованим і додає додаткові бали до оцінки.

Вимоги до захисту лабораторної роботи

Для захисту лабораторної роботи необхідно представити:

1. Мудборд (moodboard.pdf).
2. Обґрунтування назви бренду та результати перевірки унікальності.
3. Ескізні варіанти логотипу (logo_variants.pdf).
4. Фінальний логотип з усіма варіаціями, безпечною зоною та прикладами недопустимого використання (logo_final.pdf, logo_clearspace.pdf, logo_donts.pdf).
5. Колірна палітра з описом (colors.pdf).
6. Шрифтова система з описом (typography.pdf).
7. Графічний елемент / патерн (за бажанням).

Усі файли надаються у форматі PDF. Вихідні файли у векторному форматі (AI, SVG або Figma) зберігаються студентом для подальшого використання у наступних лабораторних роботах.

Контрольні запитання

1. Що таке мудборд і яку роль він відіграє у процесі розробки айдентики?
2. Назвіть основні типи логотипів та наведіть приклади для кожного типу.
3. Що таке адаптивний (responsive) логотип? Наведіть приклади.
4. Яке значення має безпечна зона (clear space) логотипу?
5. Поясніть різницю між колірними моделями CMYK, RGB та HEX. Де застосовується кожна?
6. Що таке варіативний шрифт (variable font) і чому він актуальний у сучасній айдентичі?
7. Як обрати шрифтову пару, що відповідає характеру бренду?
8. Назвіть 3–4 сучасні тренди у логодизайні 2025–2026 років.

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. Airey D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. 2nd ed. San Francisco : New Riders, 2014. 240 p.
4. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students. 2nd ed. New York : Princeton Architectural Press, 2010. 224 p.
5. Top Branding & Design Trends For 2026. *The Branding Journal*. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2026/01/top-branding-design-trends-2026/> (дата звернення: 24.03.2026).
6. Logo Design Trends 2026. *ManyPixels*. URL: <https://www.manypixels.co/blog/brand-design/logo-design-trends> (дата звернення: 24.03.2026).
7. Google Fonts. URL: <https://fonts.google.com> (дата звернення: 24.03.2026).
8. Adobe Color. URL: <https://color.adobe.com> (дата звернення: 24.03.2026).