

Обговорено та затверджено на засіданні  
кафедри дизайну та індустрії моди  
Протокол № 4 від 09 жовтня 2025 р.  
 доц. Ріпка Г.А.

Силабус курсу:

## ФІРМОВИЙ СТИЛЬ



СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

<b>Ступінь вищої освіти:</b>	бакалавр
<b>Спеціальність:</b>	022 «Дизайн»
<b>Рік підготовки:</b>	3, 4
<b>Семестр викладання:</b>	весняний / осінній
<b>Кількість кредитів ЄКТС:</b>	10,5
<b>Мова(-и) викладання:</b>	українська
<b>Вид семестрового контролю</b>	Екзамен

***Автор курсу та лектор:***

к.т.н., доц., Мазнев Євген Олександрович

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

доцент кафедри дизайну та індустрії моди

посада

maznev@snu.edu.ua

електронна адреса

+380501667479

телефон

WhatsApp

месенджер

он-лайн

консультації

***Викладач практичних занять:***

к.т.н., доц., Мазнев Євген Олександрович

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

доцент кафедри дизайну та індустрії моди

посада

maznev@snu.edu.ua

електронна адреса

+380501667479

телефон

WhatsApp

месенджер

он-лайн

консультації

## Анотація навчального курсу освітньої компоненти

<b>Цілі вивчення курсу:</b>	<p>Формування майбутнього фахівця як творчої особистості та підготовка до професійної діяльності у сфері графічного дизайну з акцентом на створення комплексних систем фірмового стилю. Забезпечити здобувачів знаннями та навичками, необхідними для розроблення повноцінних систем корпоративної ідентичності, включаючи всі базові та додаткові носії фірмового стилю, з урахуванням стратегії бренду, цільової аудиторії та сучасних тенденцій візуальної комунікації. Сприяти розвитку системного мислення, креативності та навичок роботи над комплексними дизайн-проектами.</p> <p>Мета лекційних занять – надати здобувачам ґрунтовні знання про теорію та практику створення фірмового стилю, систему корпоративної ідентичності, стратегії брендингу, психологію візуального сприйняття, структуру та компоненти фірмового стилю, класифікацію носіїв, принципи створення брендбуків та гайдлайнів. Спрямованість на розвиток системного мислення, необхідного для створення цілісних систем фірмового стилю.</p> <p>Мета проведення практичних занять – сформувані практичні навички комплексної розробки фірмового стилю від концепції до реалізації, включно з створенням базових та додаткових носіїв, опрацюванням різноманітних застосувань фірмового стилю в різних середовищах (поліграфія, digital, зовнішня реклама, сувенірна продукція тощо); освоєння сучасних програмних засобів (CorelDraw, Adobe Illustrator, InDesign тощо) як основних інструментів для створення векторної графіки та підготовки технічної документації; формування навичок презентації дизайн-рішень.</p> <p>Мета виконання самостійної роботи – поглиблення та закріплення знань, отриманих на лекціях та практичних заняттях; розвиток умінь самостійно аналізувати приклади фірмових стилів провідних брендів, досліджувати галузеві особливості та тенденції; формування здатності до комплексного креативного пошуку при розробці систем фірмового стилю; розвиток навичок самоорганізації.</p>
<b>Результати навчання:</b>	<p><i>Знати:</i> теоретичні основи брендингу та корпоративної ідентичності; структуру та компоненти системи фірмового стилю; класифікацію носіїв фірмового стилю (базові, додаткові, специфічні); принципи розробки констант фірмового стилю; методи формування концепції фірмового стилю; психологію сприйняття візуальної ідентичності; особливості застосування фірмового стилю в різних середовищах; правила створення комплексних брендбуків та гайдлайнів; технічні вимоги до підготовки макетів для різних носіїв; сучасні тенденції у сфері корпоративного дизайну; законодавчі аспекти реєстрації та захисту товарних знаків; особливості фірмового стилю для різних галузей та сфер діяльності; принципи роботи з CorelDraw та Adobe Illustrator для створення фірмового стилю; методи презентації дизайн-проектів фірмового стилю.</p>

	<p><i>Вміти:</i> проводити комплексне дослідження бренду, конкурентів та цільової аудиторії; формулювати стратегію та концепцію фірмового стилю на основі брифу; розробляти повноцінні системи корпоративної ідентичності; створювати базові носії фірмового стилю (візитки, бланки, конверти, папки тощо); розробляти додаткові носії фірмового стилю (рекламна продукція, сувеніри, упаковка, вивіски тощо); застосовувати фірмовий стиль для digital-середовища (сайти, соціальні мережі, додатки); створювати системи навігації та орієнтування; професійно користуватися CorelDraw та Adobe Illustrator для створення всіх елементів фірмового стилю; створювати модульні системи та шаблони; адаптувати фірмовий стиль для різних форматів, носіїв та умов застосування; розробляти комплексні брендбуки з детальними гайдлайнами використання; створювати макети та мокапи для презентації фірмового стилю; презентувати та захищати дизайн-рішення; критично оцінювати системи фірмового стилю.</p>
<p><b>Передумови до початку вивчення:</b></p>	<p>Для вивчення дисципліни «Фірмовий стиль» здобувач вищої освіти попередньо повинен набути базові знання, пов'язані з дисциплінами «Основи композиції та кольорознавство», «Шрифти», «Проектування об'єктів графічного дизайну», «Історія мистецтва та графічного дизайну» та «Комп'ютерний дизайн та графіка» освітньої програми спеціальності 022.01 «Дизайн. Графічний дизайн».</p>

### Мета курсу (набуті компетентності)

Метою викладання дисципліни «Фірмовий стиль» є підготовка майбутнього спеціаліста в галузі графічного дизайну як творчої особистості, здатної створювати комплексні, функціональні та естетично досконалі системи корпоративної ідентичності, що забезпечують ефективну візуальну комунікацію бренду та сприяють формуванню сучасного бізнес-середовища.

Вивчення курсу забезпечує набуття здобувачем вищої освіти наступних компетентностей:

- здатність до системного мислення, аналізу та синтезу при створенні комплексних систем фірмового стилю;
- здатність застосовувати принципи композиції, типографії, кольорознавства для створення цілісних систем корпоративної ідентичності;
- здатність створювати повноцінні системи фірмового стилю з використанням сучасного програмного забезпечення (CorelDraw, Adobe Illustrator):
- здатність розробляти базові та додаткові носії фірмового стилю для різних галузей та сфер застосування;
- здатність адаптувати фірмовий стиль для різних середовищ (друкована продукція, digital, зовнішня реклама тощо);
- здатність створювати професійні брендбуки, гайдлайни, та презентації дизайн-проектів.

## Структура курсу освітньої компоненти

### семестр 6 (весняний)

**Кількість годин:** загальна – 165 (лекції (ЛК) – 20, практичні заняття (ПЗ) – 36, самостійна робота (СР) – 109

**Кредити ЄКТС:** 5,5

№	Змістовний модуль	Години (ЛК/ПЗ/СР) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
1.	Теоретичні основи фірмового стилю.	4/7/22	Поняття фірмового стилю, корпоративної ідентичності, бренду. Історія розвитку фірмового стилю. Функції та завдання фірмового стилю. Структура системи фірмового стилю. Константи фірмового стилю.	Обговорення Поточне опитування Тестування Практичні вправи
2.	Базові носії фірмового стилю.	4/7/22	Класифікація носіїв. Ділова документація (бланки, візитки, конверти). Папки, буклети, брошури. Принципи модульних систем. Технічні вимоги до макетів.	Обговорення, Поточне опитування, Тестування, Практичні вправи
3.	Рекламна продукція та сувеніри.	4/7/22	Рекламні носії фірмового стилю. Сувенірна продукція. Упаковка в системі фірмового стилю. Текстильні вироби. Адаптація фірмового стилю для різних матеріалів.	Обговорення, Поточне опитування, Тестування, Практичні вправи
4.	Зовнішня реклама та навігація.	4/8/22	Вивіски, вказівники, штендери. Системи навігації та орієнтування. Зовнішня реклама (білборди, ситілайти). Транспортні засоби. Принципи читабельності та помітності.	Обговорення, Поточне опитування, Тестування, Практичні вправи
5.	Digital-застосування фірмового стилю.	4/7/21	Адаптація фірмового стилю для digital-середовища. Веб-сайти та додатки. Соціальні мережі. Email-розсилки. Анімовані елементи фірмового стилю.	Обговорення, Тестування, Індивідуальний проєкт (1 частина)

**семестр 7 (осінній)****Кількість годин:** загальна – 150 (лекції (ЛК) – 20, практичні заняття (ПЗ) – 30, самостійна робота (СР) – 100**Кредити ЄКТС:** 5,0

№	Змістовний модуль	Години (ЛК/ПЗ/СР) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
6.	Фірмовий одяг.	5/8/25	Корпоративний одяг та уніформа. Типи фірмового одягу. Технології нанесення. Адаптація фірмового стилю для одягу. Аксесуари	Обговорення Поточне опитування Тестування Практичні вправи
7.	Брендбук та гайдлайн	5/7/25	Структура брендбуку. Правила використання логотипу. Кольорові системи (Pantone, CMYK, RGB). Типографічні стандарти. Приклади правильного та неправильного використання. Технічна документація.	Обговорення, Поточне опитування, Тестування, Практичні вправи
8.	Галузеві особливості фірмового стилю	5/7/25	Особливості фірмового стилю для різних галузей (HoReCa, медицина, освіта, IT, fashion тощо). Культурні та регіональні аспекти. Міжнародні стандарти. Тренди в корпоративному дизайні.	Обговорення, Поточне опитування, Тестування, Практичні вправи
9.	Комплексний проєкт фірмового стилю	5/8/25	Розробка повноцінної системи фірмового стилю. Створення всіх базових та додаткових носіїв. Брендбук та гайдлайн. Презентація проєкту. Захист дизайн-рішень.	Обговорення, Поточне опитування, Тестування, Фінальний комплексний проєкт

## Рекомендована література

1. WHEELER, Alina. *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons, 2017.
2. WHEELER, Alina; MEYERSON, Rob. *Designing brand identity: A comprehensive guide to the world of brands and branding*. John Wiley & Sons, 2024.
3. Adamson, Allen P. *BrandDigital: Simple Ways Top Brands Succeed in the Digital World*. New York: Palgrave Macmillan, 2008.
4. HECKLER, Donna D.; TILL, Brian D. *The truth about creating brands people love*. FT Press, 2008.
5. BOKHUA, George. *Principles of Logo Design: a practical guide to creating effective signs, symbols, and icons*. Rockport Publishers, 2022.
6. HENDRATMAN, Hendi. *Attractive Layout using Design Principles: Includes: Align, Guidelines, Origami, Corner Technique and Logo Guide*. Exotic, 2023.
7. LANDA, Robin. *Designing brand experiences*. Clifton Park, NY: Thomson Delmar Learning, 2006.
8. KNAPP, Pat Matson. *Designing Corporate Identity: Graphic design as a business strategy*. Rockport Publishers, 2001.
9. <https://www.coreldraw.com/en/learn/>
10. <https://www.adobe.com/ua/learn/illustrator?learnIn=1>
11. <https://www.behance.net/galleries/graphic-design>
12. <https://www.brandingstyle.com/>

## Оцінювання курсу

### семестр 6

Інструменти і завдання	Кількість балів
Поточне опитування	10
Тестування	10
Практичні роботи	40
Проект (1 частина)	25
Екзамен	15

### семестр 7

Інструменти і завдання	Кількість балів
Поточне опитування	10
Тестування	10
Практичні роботи	30
Фінальний проєкт	35
Екзамен	15

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	<b>A</b>	відмінно
82-89	<b>B</b>	добре
74-81	<b>C</b>	
64-73	<b>D</b>	задовільно
60-63	<b>E</b>	
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## Політика курсу

<i>Плагіат та академічна доброчесність:</i>	Здобувач може пройти певні онлайн-курси, які пов'язані з темами дисципліни, на онлайн-платформах. При поданні документу про проходження курсу ЗдВО можуть бути перезараховані певні теми курсу та нараховані бали за завдання. Під час виконання завдань ЗдВО має дотримуватись політики академічної доброчесності. Запозичення мають бути оформлені відповідними посиланнями. Всі творчі роботи мають бути авторськими та унікальними.
<i>Завдання і заняття:</i>	Всі завдання, передбачені програмою курсу мають бути виконані своєчасно і оцінені в спосіб, зазначений вище. Аудиторні заняття мають відвідуватись регулярно. Пропущені заняття (з будь-яких причин) мають бути відпрацьовані з отриманням відповідної оцінки не пізніше останнього тижня поточного семестру. В разі поважної причини (хвороба, академічна мобільність тощо) терміни можуть бути збільшені за письмовим дозволом декана.
<i>Поведінка в аудиторії:</i>	На заняття ЗдВО вчасно приходять до аудиторії відповідно до діючого розкладу та обов'язково мають дотримуватися вимог техніки безпеки. Під час занять ЗдВО: <ul style="list-style-type: none"><li>– не вживають їжу та жувальну гумку;</li><li>– не залишають аудиторію без дозволу викладача;</li><li>– не заважають викладачу проводити заняття.</li></ul> Під час контролю знань ЗдВО: <ul style="list-style-type: none"><li>– є підготовленими відповідно до вимог даного курсу;</li><li>– розраховують тільки на власні знання (не шукають інші джерела інформації або «допомоги» інших осіб);</li><li>– не заважають іншим;</li><li>– виконують усі вимоги викладачів щодо контролю знань.</li></ul>