

**ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Циклова комісія з бізнесу та управління



ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Фахового коледжу

ВЗО «Університет Короля Данила»

Володимир ЯСЛИК

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«БРЕНДБУК»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування / D Бізнес, адміністрування та право.

Спеціальність: 075 Маркетинг / D5 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг».

Освітньо-професійний ступінь – *фаховий молодший бакалавр*.

Статус дисципліни – *обов'язкова*.

Мова викладання, навчання та оцінювання – *українська*.

Розробник:

БАТИР Андрій Миколайович – спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії з бізнесу та управління Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила».

Розглянуто та схвалено на засіданні циклової комісії з бізнесу та управління

Протокол № 1 від 27 серпня 2025 р.

Голова циклової комісії



Андрій ЦЮЦЯК

Схвалено методичною радою

Фахового коледжу

ЗВО «Університет Короля Данила»

Протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.

Голова методичної ради



Олег КЛИЩ

ВСТУП

Мета вивчення дисципліни — сформувати базові знання і навички створення брендбуку як інструменту візуальної та комунікативної ідентифікації бренду; розвиток творчого мислення та здатності створювати цілісну концепцію візуальної ідентичності бренду.

Предмет навчальної дисципліни — вивчення основних компонентів брендбуку, таких як логотип, колірна палітра, шрифти, стилі графіки та фотографії, і їх інтеграція в єдину систему для підтримки корпоративної ідентичності та побудови сильного бренду.

Завдання: ознайомлення з поняттям брендбуку та його роллю в сучасному бізнесі; вивчення основних елементів візуальної ідентичності бренду; розвиток навичок створення логотипів, шрифтів та підбору колірної палітри; формування розуміння ролі брендбуку у маркетингових стратегіях; формування базових знань з графічного дизайну та інструментів для його створення.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- 1) основи брендингу, як складової успішної ідентифікації бренду;
- 2) структуру брендбуку та його ключові елементи;
- 3) принципи створення логотипів та інших візуальних компонентів бренду;
- 4) основні колірні схеми та їх вплив на сприйняття бренду;
- 5) типографічні принципи та підходи до вибору шрифтів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **уміти:**

- 1) створювати та оформляти базовий брендбук для бренду;
- 2) придумувати логотипи та вибирати відповідні колірні палітри та шрифти;
- 3) використовувати базові інструменти для створення елементів брендбуку;
- 4) інтегрувати візуальні елементи у загальну концепцію бренду;
- 5) коригувати візуальні матеріали бренду з урахуванням цільової аудиторії.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

		Денна форма	Заочна форма
Курс		2	2
Семестр		4	4
Кількість кредитів ECTS (год.)		3 (90 год.)	3 (90 год.)
Аудиторні навчальні заняття, год.	лекції	18	4
	семінарські	32	6
Самостійна робота, год		40	80
Форма підсумкового контролю	залік	залік	залік

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пререквізити	Постреквізити
Вступ у спеціальність	Маркетинговий дизайн
Контент-маркетинг	Маркетингові технології
Емоційний маркетинг	Маркетингові стратегії
	Тренди та інновації в маркетингу

ЗАГАЛЬНІ ТА СПЕЦІАЛЬНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

яких набувають студенти внаслідок вивчення навчальної дисципліни «Брендбук» згідно з освітньо-професійною програмою «Маркетинг»

Результати навчання	Код та назва компетентності
<p>РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.</p> <p>РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані</p>	<p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p> <p>СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p>

<p>програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.</p> <p>РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.</p>	<p>СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ПОЛІТИКА КУРСУ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі ЗВО «Університету Короля Данила», студенти зобов'язані виконувати вимоги освітньо-професійної програми, графік освітнього процесу й вимоги навчального плану.

ПОВЕДІНКА В АУДИТОРІЇ

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися норм і правил внутрішнього розпорядку відповідно до Статуту Університету, Положення про Фаховий коледж і Положення про систему внутрішнього розпорядку.

1. Студент повинен з'являтися на заняття без запізнь. Про початок і закінчення занять інформує розклад, доступний в електронному чи паперовому вигляді.

2. Студенти заходять в аудиторію тільки після того, як її залишає викладач і група, що мали там попереднє заняття.

3. Студенти повинні бути в аудиторії перед початком заняття, приходити раніше викладача.

4. Перед початком заняття студент має вимкнути звук мобільного телефона й інших пристроїв. Таке міжнародне правило етикету стосується не тільки навчального процесу, а й будь-яких офіційних заходів. Користуватися гаджетами під час заняття в цілях, що не пов'язані з навчальним процесом чи порушують його, не дозволяється.

5. В аудиторії слід поводитися виховано, стримано, уважно слухати викладача й бути активним учасником навчального процесу.

6. Потрібно дотримуватися правил внутрішнього розпорядку коледжу, бути толерантними, доброзичливими й виваженими у спілкуванні зі студентами й викладачами.

7. У разі дистанційної форми навчання присутність студента на практичному занятті передбачає обов'язково ввімкнуту камеру, а також активність та уважність.

ДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

На початку вивчення курсу викладач знайомить студентів з основними пунктами Положення про академічну доброчесність, відповідно до якого й здійснюється навчальний процес.

Студент зобов'язаний:

1. Поважати права всіх членів академічної спільноти ЗВО «Університет Короля Данила», Фахового коледжу зокрема.

2. Дотримуватися гендерної, расової, етнокультурної, міжконфесійної та політичної толерантності.

3. Не фальшувати, не підробляти документи, що стосуються навчального процесу.

4. Не списувати, не використовувати шпаргалки й інші підказки під час проміжного чи підсумкового контролю.

5. Поводитися гідно, навчатися сумлінно, бути чесним у міжособистісному спілкуванні.

6. Не пропонувати й не надавати членам академічної спільноти ЗВО «Університет Короля Данила», Фахового коледжу зокрема, неправомірної вигоди, не займатися протекціонізмом.

ВІДПРАЦЮВАННЯ ПРОПУЩЕНИХ ЗАНЯТЬ

Відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила» усі пропущені заняття, а також отримані негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані в установленій термін.

ОСКАРЖЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЬНИХ ЗАХОДІВ (СЕМЕСТРОВОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ)

Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила» розглядає та вирішує проректор з навчальної роботи на підставі заяви студента або подання директора Фахового коледжу.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Результати навчання	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
Освітній компонент «Брендбук»		
РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Словесні методи (лекція, розповідь-пояснення, бесіда). Наочні методи (ілюстрування, мультимедійні методи). Практичні методи (вправи, практичні роботи). Творчі (дослідження студентів). Метод самостійної роботи. Робота під керівництвом викладача. Інтерактивні методи (дискусія, мозковий штурм).	Залік. Поточний контроль. Усний контроль. Письмовий контроль. Тестовий контроль.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів освіти 2 курсу дисципліни «Брендбук» здійснюється відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила». Кожен вид контролю передбачений з урахуванням результатів навчання.

Поточний контроль – усне опитування та виконання письмових завдань (тестів), виступи, презентації на практичних заняттях. Оцінювання здійснюється за національною дванадцятибальною шкалою – «1», «2»; «3»; «4»; «5», «6», «7», «8», «9», «10», «11», «12».

Фіксація поточного контролю здійснюється в «Електронному журналі обліку успішності академічної групи». У разі відсутності здобувача освіти на занятті виставляється «н». За результатами поточного контролю у Журналі автоматично обчислюється підсумкова оцінка та здійснюється підрахунок пропущених занять. Усереднена оцінка переводиться в 100-бальну шкалу згідно нижченаведеної таблиці.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки здобувачі освіти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість «н» в журналі буде виставлено «1» (один) бал без права перездачі. Здобувачі освіти повинні мати оцінки з не менше 50 % аудиторних занять.

До підсумкового контролю допускаються здобувачі освіти, які за результатами поточного контролю отримали 35 балів і більше. Усі здобувачі освіти, що отримали 34 бали і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

Підсумковий (семестровий) контроль проводиться для встановлення рівня досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання з навчальної дисципліни (освітнього компонента), після завершення вивчення дисципліни.

Підсумковий контроль знань визначається сумою оцінок за виконанні практичні роботи протягом семестру та оцінкою за підсумкове заняття. За результатами підсумкового контролю здобувач освіти може отримати 40 балів. Здобувачі освіти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не склали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях, оцінюється в балах (національної шкали, 100-бальної шкали й шкали ЄКТС) і є сумою балів, отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Здобувачі освіти можуть підвищувати свій рейтинг під час екзаменаційній сесії через одноразову повторну перездачу, попередньо подавши заяву адміністрації коледжу не пізніше одного робочого дня після сесії.

Одержаний при підвищенні рейтингу результат буде остаточним при виставленні підсумкового контролю.

Здобувачі освіти, які не з'явилися на екзамени без поважних причин, вважаються такими, що отримали незадовільну оцінку.

Оцінювання самостійної роботи проводиться як під час поточного, так і під час підсумкового контролю знань.

Оцінювання самостійної роботи, яка передбачена в тематичному плані дисципліни разом з аудиторною роботою, здійснюється під час проведення практичних занять. Поточний контроль передбачає усну відповідь, написання

доповіді та виступ, есе, вирішення тестових завдань, ситуаційних задач, виконання індивідуальних завдань, відпрацювання практичних навичок тощо.

Виставлення балів за самостійну роботу під час поточного контролю обов'язково супроводжується оцінювальними судженнями. Бали додаються до балів, які отримав здобувач освіти під час поточного контролю, але не більше, ніж кількість балів з оцінювання окремої теми заняття.

Оцінювання тем, які виносяться лише на самостійну роботу і не входять до тем аудиторних занять, контролюється під час підсумкового контролю.

Самоконтроль передбачений у формі питань для самоконтролю, які розміщено на сторінці навчальної дисципліни «Брендбук» в Системі дистанційної освіти.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ (за 12-бальною шкалою)

Шкала в балах	Оцінка шкали ECTS	Національна шкала
90-100 балів	A	10-12 («відмінно»)
83-89 балів	B	9 («дуже добре»)
75-82 бали	C	7-8 («добре»)
67-74 бали	D	6 («задовільно»)
60-66 балів	E	4-5 («достатньо»)
35-59 балів	FX	3 («незадовільно»)
0-34 бали	F	1-2 («неприйнятно»)

При цьому, оцінки повинні відповідати таким критеріям:

«відмінно»:

12 балів – здобувач освіти виявляє особливі творчі здібності, самостійно розвиває власні нахили, вміє здобувати знання без сторонньої допомоги, глибоко знає і розуміє основи роботи з брендбуком, здатний до професійного самовдосконалення;

11 балів – здобувач освіти вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює явища і факти, вміє застосовувати знання у нестандартних ситуаціях, демонструє глибоке та впевнене розуміння основ роботи з брендбуком;

10 балів – здобувач освіти виявляє початкові творчі здібності, вміє самостійно знаходити інформацію, знає і розуміє основи роботи з брендбуком, може оцінювати нові факти й ідеї;

«дуже добре»:

9 балів – здобувач освіти вільно володіє навчальним матеріалом, знає та вміє застосовувати його на практиці, самостійно розв'язує завдання у стандартних ситуаціях, переконливо аргументує свої висновки;

«добре»:

8 балів – здобувач освіти вміє порівнювати, узагальнювати та систематизувати інформацію під керівництвом викладача, самостійно застосовує знання на практиці, контролює власні дії та виправляє помилки;

7 балів – здобувач освіти здатний застосовувати знання у стандартних ситуаціях, вміє частково контролювати власну діяльність, демонструє базове розуміння основ роботи з брендбуком;

«задовільно»:

6 балів – здобувач освіти здатний відтворити значну частину теоретичного матеріалу, знає і розуміє основні положення брендбуку, за допомогою викладача може порівнювати інформацію, робити висновки та виправляти помилки;

«достатньо»:

5 балів – здобувач освіти володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, здатний за допомогою викладача логічно відтворити значну його частину, знає основні положення брендбуку;

4 бали – здобувач освіти володіє матеріалом на початковому рівні, значну частину матеріалу відтворює механічно, без достатнього розуміння змісту; розуміє основи роботи з брендбуком на рівні окремих елементів та базових уявлень;

«незадовільно»:

3 бали – здобувач освіти володіє лише окремими фрагментами матеріалу, що становлять дуже незначну частину знань про основи роботи з брендбуком;

«неприйнятно»:

2 бали – здобувач освіти володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його уривчастими реченнями, виявляє здатність висловити думку на елементарному рівні;

1 бал – здобувач освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнавання та відтворення окремих фактів і елементів брендбуку, що позначаються окремими словами чи реченнями.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Брендбук»

1. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Вступ до брендбуку та його роль у брендингу

1. Що таке брендбук та його значення для бізнесу.
2. Основні завдання брендбуку: підтримка цілісності бренду та впізнаваності.
3. Взаємозв'язок брендбуку та маркетингової стратегії компанії.
4. Як брендбук впливає на сприйняття бренду цільовою аудиторією.
5. Приклади брендбуків та їх вплив на брендинг компаній.

Тема 2. Елементи брендбуку: загальний огляд

1. Основні складові брендбуку: логотип, колірна палітра, шрифти, візуальний стиль.
2. Як елементи брендбуку формують цілісну візуальну ідентичність.

Тема 3. Логотип: дизайн та значення для бренду

1. Основні принципи створення логотипів.
2. Види логотипів: текстові (типографічні), символічні (знаки), комбіновані.
3. Як вибрати стиль логотипу залежно від позиціювання бренду.

Тема 4. Колірна палітра бренду: психологія кольору

1. Вплив кольорів на сприйняття бренду.
2. Принципи створення колірної палітри для брендбуку.
3. Приклади використання кольорів у відомих брендах.

Тема 5. Типографіка: вибір та використання шрифтів

1. Основні шрифтові категорії: засічкові, беззасічкові та декоративні.
2. Як вибрати шрифти для логотипу та текстових матеріалів бренду.
3. Важливість читабельності та гармонії шрифтів у брендбуці.

Тема 6. Графічні елементи та стиль ілюстрацій

1. Використання графічних елементів у брендбуці.
2. Стиль ілюстрацій, фотографій та іконок для підтримки візуальної ідентичності.
3. Єдиний візуальний стиль для різних носіїв.

Тема 7. Інструкції щодо використання брендбуку

1. Правила використання логотипу та колірної палітри у різних середовищах.
2. Розміщення бренд-елементів на друкованих та цифрових носіях.
3. Типові помилки використання брендбуку.

Тема 8. Практика створення брендбуку

1. Процес створення брендбуку для фіктивного бренду.
2. Розробка основних елементів брендбуку: логотипу, колірної палітри, шрифтів.
3. Оформлення та презентація брендбуку.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН									
№	Назва теми	Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		всього	лекції	практичні заняття	самостійна робота	всього	лекції	практичні заняття	самостійна робота
1	Вступ до брендбуку та його роль у брендингу	10	2	4	4	42	2	2	10
2	Елементи брендбуку: загальний огляд	10	2	4	4				8
3	Логотип: дизайн та значення для бренду	10	4	4	2				8
4	Колірна палітра бренду: психологія кольору	12	2	4	6				12
5	Типографіка: вибір та використання шрифтів	12	2	4	6	48	2	4	10
6	Графічні елементи та стиль ілюстрацій	12	2	4	6				10
7	Інструкції щодо використання брендбуку	12	2	4	6				12
8	Практика створення брендбуку	12	2	4	6				10
	Всього годин на вивчення дисципліни	90	18	32	40	90	4	6	80

3. ПЛАН ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

№ заняття	Теми лекцій	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Лекція 1	Вступ до брендбуку та його роль у брендингу	2	2
Лекція 2	Елементи брендбуку: загальний огляд	2	
Лекція 3, 4	Логотип: дизайн та значення для бренду	4	

Лекція 5	Колірна палітра бренду: психологія кольору	2	
Лекція 6	Типографіка: вибір та використання шрифтів	2	2
Лекція 7	Графічні елементи та стиль ілюстрацій	2	
Лекція 8	Інструкції щодо використання брендбуку	2	
Лекція 9	Практика створення брендбуку	2	
	Всього лекційних занять	18	

4.ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ заняття	Тема заняття	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
10, 11	Вступ до брендбуку та його роль у брендингу	4	2
12, 13	Елементи брендбуку: загальний огляд	4	
14, 15	Логотип: дизайн та значення для бренду	4	
16, 17	Колірна палітра бренду: психологія кольору	4	
18, 19	Типографіка: вибір та використання шрифтів	4	4
20, 21	Графічні елементи та стиль ілюстрацій	4	
22, 23	Інструкції щодо використання брендбуку	4	
24, 25	Практика створення брендбуку	4	
	Всього семінарських занять	32	

5.САМОСТІЙНА РОБОТА

Назва теми	Зміст завдання для самостійної роботи	Кількість годин		Рекомендовані джерела інформації
		денна форма	заочна форма	
Тема 1. Вступ до брендбуку та його роль у брендингу	Опрацювати питання: 1. Як брендбук впливає на сприйняття бренду цільовою аудиторією? 2. Як використовувати брендбук у маркетингових кампаніях?	4	10	3, 4
Тема 2. Елементи брендбуку: загальний огляд	Опрацювати питання: 1. Основні складові брендбуку та їхні функції. 2. Як елементи брендбуку взаємодіють для створення цілісної ідентичності бренду?	4	8	3, 4
Тема 3. Логотип: дизайн та значення для бренду	Опрацювати питання: 1. Принципи створення логотипів. 2. Види логотипів. 3. Для чого бренду логотип?	2	8	1, 2, 3, 4
Тема 4. Колірна палітра бренду: психологія кольору	Опрацювати питання: 1. Вплив кольорів на сприйняття бренду. 2. Що враховувати при підборі колірної палітри брендбуку? 3. Психологічний вплив кольорів на людське сприйняття.	6	12	1, 2, 3, 4
Тема 5. Типографіка: вибір та використання шрифтів	Опрацювати питання: 1. Типи шрифтів. 2. Правила підбору шрифтів для елементів брендбуку (логотип, заголовки, текст)?	6	10	3, 4, 5

	3. Єдиний типографічного стиль — чому це важливо? 4. Шрифтові пари.			
Тема 6. Графічні елементи та стиль ілюстрацій	Опрацювати питання: 1. Роль графічних елементів у створенні візуальної ідентичності бренду. 2. Правила вибору стилю ілюстрацій та фотографій для брендбуку.	6	10	1, 2, 3, 4
Тема 7. Інструкції щодо використання брендбуку	Опрацювати питання: 1. Правила використання логотипу, кольорів та шрифтів, залежно від носіїв та потреб бренду. 2. Чинники, що впливають на розміщення брендкових елементів. 3. Наслідки неправильного використання брендбуку.	6	12	3, 4
Тема 8. Практика створення брендбуку	Опрацювати питання: 1. Етапи створення брендбуку. 2. Правила оформлення та презентації брендбуку.	6	10	3, 4
Всього годин самостійної роботи		40	80	

**ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

1. Що таке брендбук?
2. Роль брендбуку у формуванні бренду.
3. Завдання брендбуку.
4. Взаємозв'язок брендбуку та маркетингової стратегії бренду.
5. Як брендбук впливає на сприйняття бренду цільовою аудиторією.
6. Елементи брендбуку.
7. Що таке логотип?
8. Значення логотипу для бренду.
9. Основні принципи створення логотипів.
10. Види логотипів.
11. Критерії вибору логотипу для бренду.
12. Що таке колірна палітра бренду?
13. Вплив кольорів на сприйняття бренду.
14. Принципи створення колірної палітри бренду.
15. Що таке типографіка?
16. Що таке шрифтова пара?
17. Основні типи шрифтів.
18. Що враховувати при виборі шрифтів для логотипу, заголовків та основного тексту в брендбуці?
19. Що таке читабельність шрифту і чому це важливо?
20. Роль графічних елементів у підтримці візуальної ідентичності бренду.
21. Правила вибору стилю ілюстрацій та фотографій для брендбуку.
22. Правила використання логотипу та колірної палітри у різних середовищах.
23. Правила розміщення брендкових елементів на різних носіях.
24. Типові помилки використання брендбуку.
25. Етапи створення брендбуку.
26. Які елементи має містити брендбук?

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Йоганнес Іттен. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ : ArtHuss, 2022. 96 с.
2. Йоганнес Іттен. Наука дизайну та форми: Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах. Київ : ArtHuss, 2021. 136 с.
3. Девід Ейрі. Лого Дизайн Любов: Посібник зі створення довершеної айдентики бренду. Київ : ArtHuss, 2024. 230 с.
4. Michael Johnson. Branding: In Five and a Half Steps. London : Thames & Hudson, 2018. 320 p.
5. Уляна Биченкова, Ніка Кудінова, Альона Соломадіна, Ольга Гладун, Лія Безсонова, Рокас Суткайтис. ЗНАК. Українські товарні знаки 1960–1980. Київ : IST Publishing, 2022. 160 с.

Додаткова література

6. Шон Адамс. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.
7. Telegraf.design, Projector Institute. Telegraf.Design #1: Український дизайн. Київ : ArtHuss, 2021. 200 с.
8. Алексіс Л. Бойлен. Візуальна культура. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с.
9. Володимир Лесняк. Відтворення шрифтової спадщини: 40 оригінальних шрифтів. Київ : ArtHuss, 2020. 160 с.

Електронні інформаційні ресурси

Інтернет-ресурси для вивчення дисципліни «Брендбук»:

- 1) The Futur. What Is Branding? 4 Minute Crash Course. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=sO4te2QNshY>
- 2) Simon Sinek. Brand Positioning. URL : https://www.youtube.com/watch?v=YjfSkBR_m7w
- 3) Bloomberg Quicktake. Why Companies Are 'Debranding'. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=e1bjkPerpPs>
- 4) The Atlantic. The Logo Design Revolution. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=RK5QC4WQ3MU>
- 5) The Futur. The 3 Rules of Good Logo Design. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=VnBUOjxmn1g>
- 6) The Futur. 3 Principles to Improve Your Logo Design Process - Legibility, Hierarchy, and Contrast. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=dBIq0KArHFE>
- 7) 99designs. The 7 types of logos you need to know and how to use them. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=mKNAWeKIMfo>

- 8) Adobe Creative Cloud. Intro to Color in Adobe Illustrator (Ep 1) | Foundations of Graphic Design. <https://www.youtube.com/watch?v=eVLTWdVVK-A>
- 9) Adobe Creative Cloud. Principles of Color Theory (Ep 2) | Foundations of Graphic Design. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=s9KU6azBYZE>
- 10) Adobe Creative Cloud. Understanding Color Combinations (Ep 3) | Foundations of Graphic Design. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=g7ql43Q2OsY>
- 11) Adobe Creative Cloud. How Color Can Effect Your Designs (Ep 4) | Foundations of Graphic Design. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=3esT5zsjL5A>
- 12) Adobe Creative Cloud. Creating a Color Palette (Ep 5) | Foundations of Graphic Design. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=hqZA24Ceujk>
- 13) Adobe Creative Cloud. Put Your Color Knowledge into Practice (Ep 6) | Foundations of Graphic Design. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=yWHzbYIPvo>