

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**  
**до самостійної роботи здобувачів вищої освіти**

з дисципліни  
«ЛОГОТИП ТА АЙДЕНТИКА»

*спеціальності 022.01 «Дизайн. Графічний дизайн»  
освітньої програми «Дизайн. Графічний дизайн»  
всіх форм здобуття освіти*

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

на засіданні кафедри

дизайну та індустрії моди

протокол № 13 від 12.02.2026 р.

Київ – 2026

УДК 766:659.126(072)

Методичні вказівки до самостійної роботи здобувачів вищої освіти з дисципліни «Логотип та айдентика» (для спеціальності 022.01 «Дизайн. Графічний дизайн» освітньої програми «Дизайн. Графічний дизайн») / Уклад.: к. т. н., доц. Мазнів Є. О., – Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2026. – 11 с.

В методичних вказівках викладено порядок самостійного опанування тих тем дисципліни «Логотип та айдентика», які не ввійшли до курсу аудиторних занять, короткий зміст цих тем, контрольні питання до них. До кожної теми надано питання для самоконтролю засвоєння теоретичного матеріалу та закріпленню навичок з дисципліни. Наведено список рекомендованих джерел.

Укладачі: Мазнів Є. О., к. т. н., доц., доцент.

Відповідальний за випуск: Ріпка Г. А., зав. кафедри дизайну та індустрії моди, к. т. н., доцент

Рецензент Ріпка Г. А., зав. кафедри дизайну та індустрії моди, к. т. н., доцент

## ЗАГАЛЬНІ ВКАЗІВКИ

Метою викладання дисципліни «Логотип та айдентика» є підготовка майбутнього спеціаліста в галузі графічного дизайну як творчої особистості, здатної створювати ефективні візуальні системи ідентифікації брендів, що сприяє формуванню сучасного комунікаційного та візуального середовища.

Вивчення курсу забезпечує набуття здобувачем вищої освіти наступних компетентностей:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу візуальних форм та знакових систем.

- здатність застосовувати принципи композиції, типографії та кольорознавства для створення ефективних логотипів та систем айдентики.

- здатність створювати логотипи та розробляти комплексні системи айдентики відповідно до концепції бренду з використанням сучасного програмного забезпечення (CorelDraw, Adobe Illustrator).

- здатність створювати дизайн-проекти айдентики для різних сфер застосування.

- здатність оформлювати брендбуки (гайдлайни), адаптувати айдентику для різних носіїв та презентувати дизайн-рішення.

Основними результатами вивчення дисципліни є:

- **знати:**

- основні принципи побудови логотипів та систем айдентики;

- історію та еволюцію логотипів; типологію знаків та класифікацію логотипів (знакові, шрифтові, комбіновані, емблеми тощо);

- психологію сприйняття форми, кольору та типографії в системі айдентики;

- правила вибору кольору, шрифту, композиції для створення ефективного логотипу;

- принципи створення системи айдентики та його базових елементів;

- правила створення брендбуку та гайдлайнів; сучасні тенденції у сфері дизайну логотипів та айдентики;

- основні інструменти та програмне забезпечення для створення та редагування логотипів (CorelDraw, Adobe Illustrator тощо);

- технічні вимоги до підготовки файлів для різних носіїв айдентики (друк, digital, зовнішня реклама);

- **вміти:**

- аналізувати візуальні системи айдентики брендів, проводити дослідження цільової аудиторії та конкурентного середовища;

- формулювати креативне завдання на основі брифу та результатів дослідження;

- створювати логотипи відповідно до концепції бренду, (графічні, шрифтові, комбіновані тощо);

- користуватися програмами CorelDraw та/або Adobe Illustrator для створення векторної графіки; підбирати та адаптувати типографію відповідно до характеру бренду;

- створювати гармонійні колірні палітри з урахуванням психології кольору та технічних особливостей застосування;

- розробляти базові елементи айдентики (візитки, бланки, конверти тощо);

- створювати повні системи айдентики з усіма необхідними носіями для різних сфер застосування;

- адаптувати логотипи та айдентику для різних форматів та носіїв (цифрових, друкованих); оформлювати брендбуки та гайдлайни з технічною документацією використання айдентики;

- критично оцінювати ефективність та відповідність логотипів та систем айдентики завданням бренду.

# ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ЛОГОТИП ТА АЙДЕНТИКА»

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ЛОГОТИПІВ

### Тема 1. Історія та еволюція товарних знаків: від геральдики до модернізму

**Завдання:** дослідити історичні передумови виникнення логотипів.

#### План:

1. Прото-брендинг: клейма ремісників на кераміці, тавра на худобі, геральдичні герби середньовіччя як системи ідентифікації «свій-чужий».
2. Промислова революція та поява перших зареєстрованих торгових марок (Bass Brewery, Coca-Cola).
3. Епоха модернізму (Bauhaus, Швейцарська школа). Вплив принципу «Less is More» (Міс ван дер Рое) на спрощення форм.
4. Внесок піонерів айдентики: Пол Ренд (Paul Rand) – логотипи IBM, UPS, Next; Сол Басс (Saul Bass) – логотипи Bell, AT&T.

#### Питання для самоконтролю:

- Як геральдичні правила (тинктури, фігури) вплинули на сучасні правила побудови логотипів?
- Чому в середині ХХ століття відбувся перехід від ілюстративних емблем до абстрактних символів?
- Проаналізуйте еволюцію логотипу компанії Shell або Apple: які елементи зникали, а які залишалися?

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ЛОГОТИПУ**

### **Тема 2. Правові аспекти дизайну: авторське право та торгова марка**

**Завдання:** вивчити юридичні основи захисту інтелектуальної власності дизайнера та бренду.

#### **План:**

1. Різниця між символами <sup>TM</sup> (Trademark) та <sup>®</sup> (Registered Trademark). Коли їх можна використовувати.
2. Поняття плагіату та «схожості до ступеня змішування». Як перевірити логотип на унікальність (пошук у базах Google Images, WIPO).
3. Ліцензування шрифтів та зображень. Чому не можна використовувати безкоштовні вектори (Freerik) у логотипах, що підлягають реєстрації.
4. Договірні відносини: передача майнових прав від дизайнера до замовника.

#### **Питання для самоконтролю:**

- Чи може дизайнер використовувати створений ним логотип у своєму портфоліо після передачі прав замовнику?
- Які ризики несе використання неліцензійного шрифту в логотипі?
- Що таке «Fair Use» і чи стосується воно комерційного дизайну?

### **Тема 3. Вербальна айдентика: неймінг та слоган**

**Завдання:** зрозуміти взаємозв'язок між словом та образом.

#### **План:**

1. Типи назв брендів: описові (General Motors), асоціативні (Jaguar), неологізми (Kodak), аббревіатури (KFC).
2. Фоносемантика: ефект «буба-кікі» (як звучання слова впливає на очікування форми – округлої чи гострої).
3. Tone of Voice (Голос бренду): як бренд «говорить» у текстах та слоганах.
4. Взаємодія неймінгу та логотипу: як типографія може підсилити або змінити значення слова.

**Питання для самоконтролю:**

- Чому назва «Kodak» вважається ідеальною з точки зору глобального маркетингу?
- Що таке дескриптор у логотипі та яку функцію він виконує?
- Як перевірити назву на відсутність негативних культурних асоціацій в інших мовах?

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. СИСТЕМА АЙДЕНТИКИ

### Тема 4. Стратегії ребрендингу та рестайлінгу

**Завдання:** проаналізувати причини та наслідки змін у візуальній ідентифікації брендів.

#### План:

1. Термінологія: **рестайлінг** – косметичні зміни, «підтяжка обличчя»; **ребрендинг** – зміна стратегії, цінностей, позиціонування, (як наслідок зміна візуалу).
2. Причини ребрендингу: злиття та поглинання, вихід на нові ринки, застарілість образу, репутаційні кризи.
3. Кейс-стаді успішних ребрендингів: Old Spice, Burberry, Apple (1998).
4. Кейс-стаді провальних ребрендингів: Gap (2010), Tropicana (2009).  
Аналіз помилок (втрата впізнаваності, ігнорування емоційного зв'язку споживачів).

#### Питання для самоконтролю:

- Чому зміна упаковки соку Tropicana призвела до падіння продажів на 20 %?
- Як зберегти спадкоємність бренду при радикальній зміні логотипу?
- Яку роль відіграє тестування на фокус-групах перед запуском нового стилю?

### Тема 5. Динамічна (генеративна) айдентика

**Завдання:** вивчити сучасні тренди «живих» брендів, що змінюються.

#### План:

1. Перехід від статичних констант до динамічних систем (Flexible Identity).
2. Типи динамічних логотипів:
  - *Контейнери:* форма залишається, наповнення змінюється (MTV, NYC).
  - *Варіативність форми:* логотип змінює конфігурацію залежно від носія (MIT Media Lab).

- *Генеративний дизайн*: використання коду та алгоритмів для створення безлічі унікальних варіацій (Nordkyn, OLA).

### 3. Адаптація айдентики до метавсесвіту та VR/AR середовища.

#### **Питання для самоконтролю:**

- Які переваги дає динамічна айдентика для digital-брендів?
- Як зберегти впізнаваність бренду, якщо його логотип постійно змінюється? (Поняття візуальних констант).
- Наведіть приклад бренду, де логотип реагує на звук або рух мишки.

**РЕКОМЕНДОВАНИ ДЖЕРЕЛА**

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. AIREY, David. *Logo design love: A guide to creating iconic brand identities*. Peachpit Press, 2014.
5. HECKLER, Donna D.; TILL, Brian D. *The truth about creating brands people love*. FT Press, 2008.
6. BOKHUA, George. *Principles of Logo Design: a practical guide to creating effective signs, symbols, and icons*. Rockport Publishers, 2022.
7. AIREY, David. *Logo design love: A guide to creating iconic brand identities*. Peachpit Press, 2014.
8. HENDRATMAN, Hendi. *Attractive Layout using Design Principles: Includes: Align, Guidelines, Origami, Corner Technique and Logo Guide*. Exotic, 2023.
9. <https://www.coreldraw.com/en/learn/>
10. <https://www.adobe.com/ua/learn/illustrator?learnIn=1>

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійної роботи

з дисципліни

«ЛОГОТИП ТА АЙДЕНТИКА»

(для здобувачів вищої освіти освітньої програми «Дизайн. Графічний дизайн»  
спеціальності 022.01 «Дизайн. Графічний дизайн»)

Укладач:

Мазнев Євген Олександрович

Підписано до друку \_\_\_\_\_

Формат 60x841/16. Папір типограф. Гарнітура Times.

Друк офсетний. Умов. друк. арк. \_\_\_\_\_. Облік. видавн. арк. \_\_\_\_

Тираж \_\_\_ екз. Вид. № \_\_\_\_\_. Замовл. № \_\_\_\_\_. Ціна договірна.

Видавництво Східноукраїнського національного університету  
імені Володимира Даля

Адреса видавництва: м. Київ, вул. Іоанна Павла II, 17.

Телефон: +38 (050) 218 04 78, факс (06452) 4 03 42

E-mail: [izdat@snu.edu.ua](mailto:izdat@snu.edu.ua)