



ОПИСАНИЕ БРЕНДА
И РУКОВОДСТВО
ПО ФИРМЕННОМУ
СТИЛЮ



ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Будущее ДВФУ	стр. 03
Фирменный блок	
Общее представление и описание	стр. 04
Фирменный знак	стр. 05
Фирменный знак на модульной сетке	стр. 06
Логотип	стр. 07
Правила построения. Кириллическая версия	стр. 08
Правила построения. Латинская версия	стр. 09
Виды фирменного блока	стр. 10
Допустимые минимальные размеры	стр. 11
Охранное поле	стр. 12
Выравнивание	стр. 13
Допустимые варианты цветового решения	стр. 14
Не допустимые варианты цветового решения	стр. 15
Фирменная палитра	стр. 16
Фирменные шрифтовые гарнитуры	стр. 17
Декоративные элементы. Общее описание	стр. 18
Декоративные элементы.	стр. 19
Правила использования	
Фотостиль. Репортажные съемки	стр. 20
Фотостиль. Архитектура и интерьер	стр. 21
Фотостиль. Наука	стр. 22



БУДУЩЕЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Целью университета на период до 2019 года является его становление как ведущего научно-образовательного и инновационного центра Дальнего Востока и России в целом. Университет будет содействовать решению стратегических задач, заложенных в Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года.

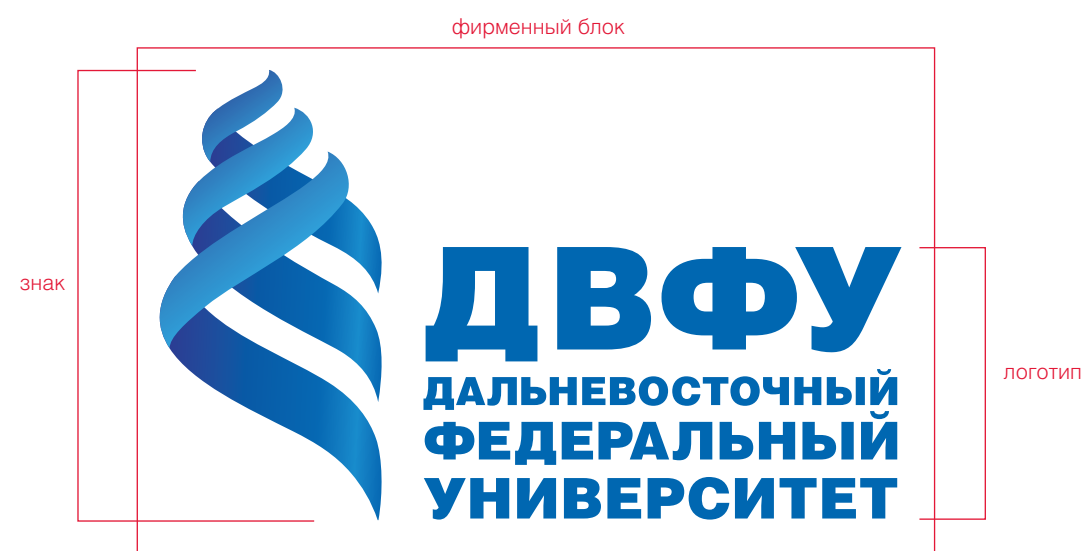
Создание университета позволит существенно повысить привлекательность региона для проживания российских граждан, обеспечивая предоставление качественных образовательных услуг, создание новых рабочих мест в инновационных секторах экономики и формирования современной социокультурной среды.

Университет обеспечит новый уровень и разнообразие компетенций профессиональных кадров, существенно повысит конкурентоспособность Дальнего востока как внутри страны, так и за её пределами. Одной из важных задач. Стоящих перед развитием университета, является развитие экономического и технологического сотрудничества со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, прежде всего в таких областях, как освоение ресурсов Мирового океана, обеспечение здоровья и продление срока жизни населения, развитие нефтегазового комплекса, транспорта и логистики в глобальных коммуникациях, судостроения и судоремонта, энергетики и энергосбережения, нанотехнологий и новых материалов, рационального использования природных ресурсов.



ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ОБЩЕЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И ОПИСАНИЕ



Фирменный блок Дальневосточного Федерального Университета представляет собой единую композицию, состоящую из двух графических элементов:

- 1 логотипа
(начертания названия бренда)
- 2 фирменного знака
(декоративного изображения в виде ракушки)

Внимание!

Здесь и далее по тексту Руководства указанные термины будут употребляться именно в таком значении (обывательское обозначение «логотипом» всего фирменного блока в целом является неверным).

Также, название «Дальневосточный Федеральный Университет», в Руководстве будет сокращено до аббревиатуры ДВФУ.

BIG



SMALL



ФИРМЕННЫЙ БЛОК ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Фирменный знак ДВФУ основан на нескольких мотивах. В нем можно увидеть силуэт морской раковины, что обозначает как местонахождение Университета, так и придает ему некую геральдическую подоплеку и соответствует знакообразованию ведущих университетов мира.

В линиях знака присутствует начало тройной спирали, что вызывает ассоциации как с двойной спиралью ДНК, так и с аллегорией общего развития. Знак в силу своей графики может использоваться в качестве дополнительного декоративного элемента оформления того или иного носителя (например, рекламно-полиграфической продукции).

Внимание!

При этом на оформляемом носителе обязательно следует размещать и полноценную версию фирменного блока.

В особых случаях фирменный знак может использоваться как основной элемент оформления носителя (например, значка на лацкан пиджака, шейного платка и некоторой другой сувенирной продукции).

Внимание!

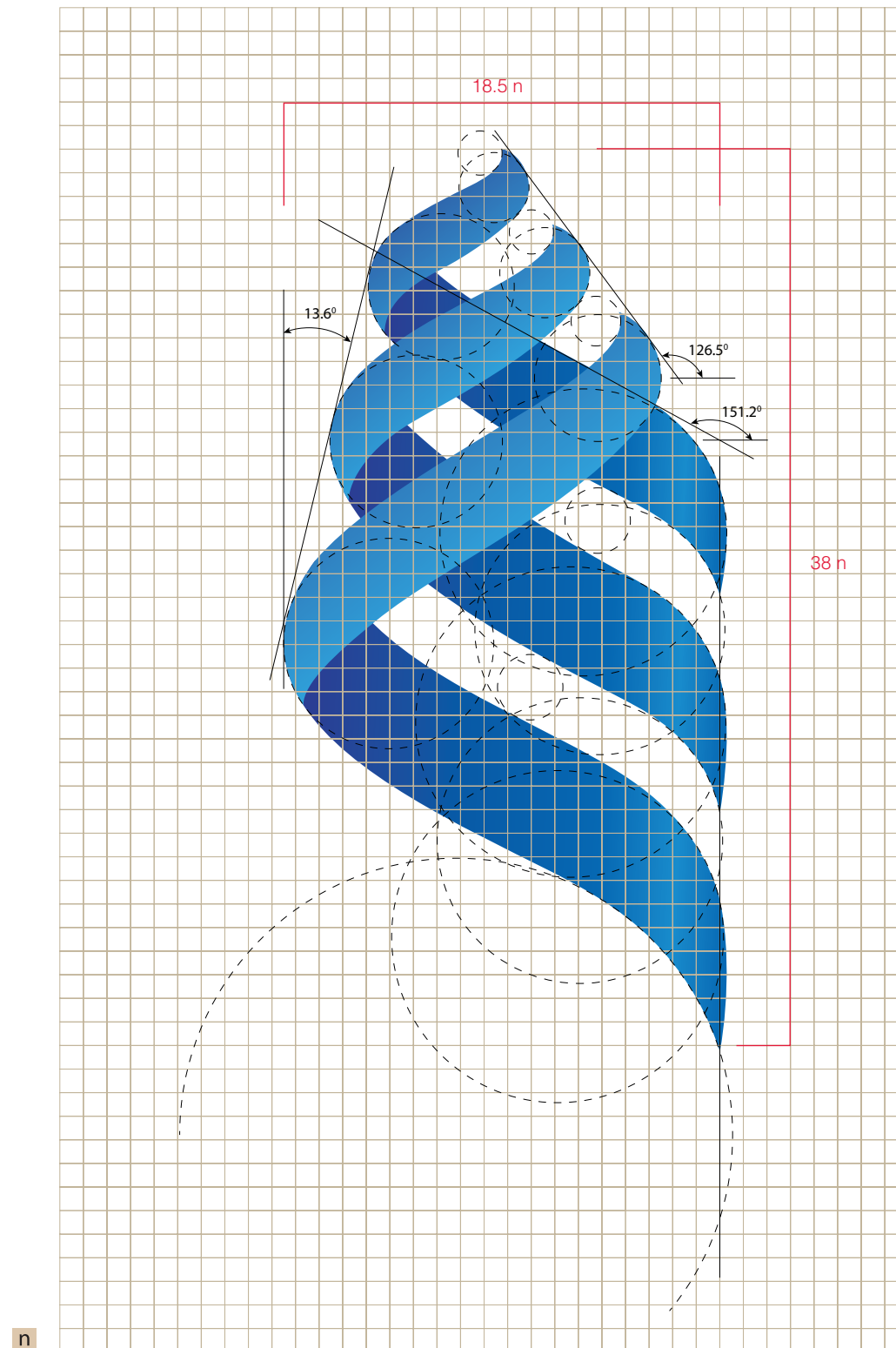
Для случаев, когда знак используется вне фирменного блока, разработан его типоразмер, отличающийся расстояниями между его элементами – small и big. Первый должен использоваться в ситуациях, когда размер знака на носителе варьируется от 10 до 20 мм; второй – при размерах свыше 20 мм (см. приведенные схемы).

Использование фирменного знака вне фирменного блока требует обязательного согласования в каждом конкретном случае.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

НА МОДУЛЬНОЙ СЕТКЕ



На схеме слева приведена модульная сетка фирменного знака, отражающая соотношение пропорций между его отдельными элементами. Принцип построения знака основан на окружностях разного размера и динамически расположенных углов наклона композиции. Представленная сетка предназначена облегчить воспроизведение знака на больших поверхностях (в тех случаях, когда по каким-либо причинам не представляется возможным использование его электронной версии).

Внимание!
Во всех случаях для корректного воспроизведения фирменного знака следует использовать только оригинальные файлы.

n – модуль.
За размер модуля принимается толщина штриха начертания логотипа.

ДВФУ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

FEFU
FAR EASTERN
FEDERAL
UNIVERSITY



ФИРМЕННЫЙ БЛОК ЛОГОТИП

Логотип ДВФУ представляет собой графическое начертание названия бренда, выполненное в виде авторской шрифтовой композиции, в основе которой – гарнитура Helios Black. Логотип существует в двух версиях – латинской и кириллической.

Внимание!
Использование логотипа вне фирменного блока (т. е. без фирменного знака) допускается только в особых, исключительных случаях, и требует обязательного согласования.

Приведенные слева минимальные размеры логотипа выбраны из соображений его удобочитаемости и являются тем допустимым минимумом, при котором его отдельные элементы еще остаются различимыми.

Внимание!
Указанные размеры могут корректироваться в большую сторону в зависимости от способа воспроизведения и свойств поверхности носителя.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ.

КИРИЛЛИЧЕСКАЯ ВЕРСИЯ



На этой странице Руководства приводятся правила построения кириллической версии фирменного блока ДВФУ.

Ими следует руководствоваться лишь в том случае, если по каким-то технологическим причинам невозможно использовать электронную версию фирменного блока. Во всех других случаях для корректного воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальные файлы.

На схемах слева приведены точные значения основных величин фирменного блока относительно друг друга.

Внимание!

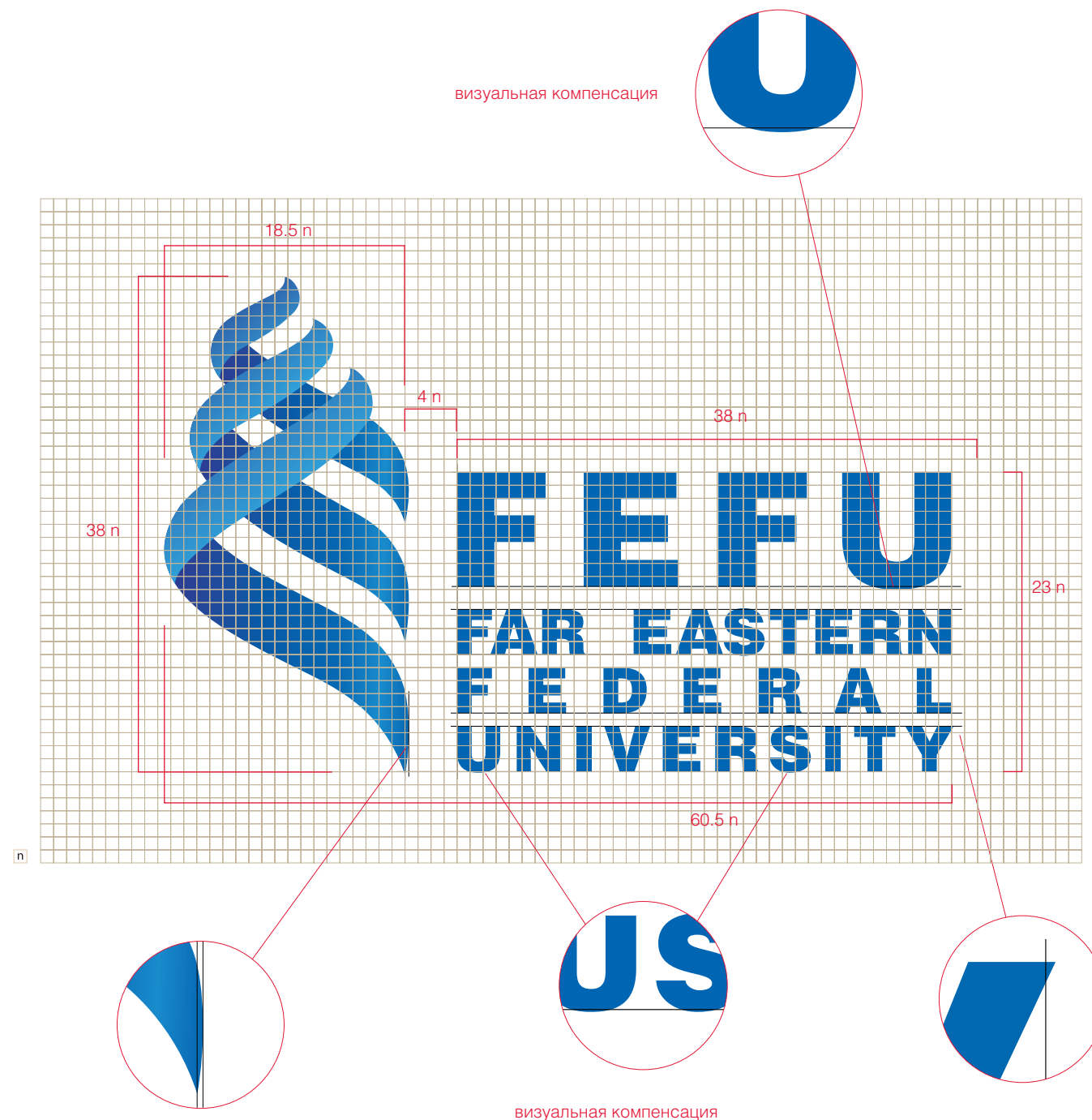
Для того, чтобы элементы блока зрительно всегда воспринимались цельно и гармонично, необходимо соблюдать правило «визуальной компенсации» размеров его отдельных элементов (указаны слева).

В электронных версиях фирменного блока данное правило соблюдается по умолчанию.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ.

ЛАТИНСКАЯ ВЕРСИЯ



На этой странице Руководства приводятся правила построения латинской версии фирменного блока ДВФУ.

Ими следует руководствоваться лишь в том случае, если по каким-то технологическим причинам невозможно использовать электронную версию фирменного блока. Во всех других случаях для корректного воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальные файлы.

На схемах слева приведены точные значения основных величин фирменного блока относительно друг друга.

Внимание!

Для того, чтобы элементы блока зрительно всегда воспринимались цельно и гармонично, необходимо соблюдать правило «визуальной компенсации» размеров его отдельных элементов (указаны слева).

В электронных версиях фирменного блока данное правило соблюдается по умолчанию.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ВИДЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА



кириллическая версия



латинская версия

Существуют две версии фирменного блока – кириллическая и латинская.

Внимание!

В большинстве случаев рекомендуется использовать кириллическую версию блока. Использование латинской версии является предпочтительным лишь в тех ситуациях, когда по каким-либо причинам (например, законодательного характера) применение кириллической версии представляется невозможным или нецелесообразным.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК ДОПУСТИМЫЕ МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ



Приведенные слева минимальные размеры фирменного блока выбраны из соображений его удобочитаемости и являются тем допустимым минимумом, при котором его отдельные элементы еще остаются различимыми. В следствии этого, в начертании логотипа изменены расстояния между элементами.

Внимание!
Указанные размеры могут корректироваться в большую сторону в зависимости от способа воспроизведения и свойств поверхности носителя.

Минимально допустимый размер фирменного блока – **10 мм** (справедлив только для вертикальной «упрощенной» версии).

Внимание!
В случае, когда необходимо разместить фирменный блок меньшего размера, следует использовать его дополнительную «упрощенную» версию (с равномерно окрашенными элементами знака). «Упрощенная» версия фирменного блока используется в основном для мелких носителей (например для сувенирной продукции: ручек, брелков и т.д.)

Для воспроизведения данных версий с минимальными размерами следует использовать только электронную версию фирменного блока.

 **ФАЙЛЫ:**

CONSTANTS/
FEFU_Block_Rus_min
FEFU_Block_Eng_min

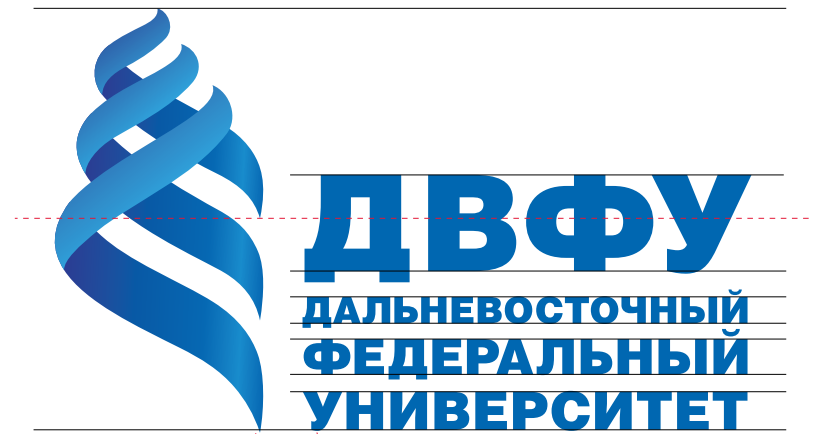
ФИРМЕННЫЙ БЛОК ОХРАННОЕ ПОЛЕ



С целью обеспечения узнаваемости и правильности восприятия фирменного блока при его размещении на рекламных, информационных и иных носителях, следует руководствоваться правилом «охранного поля».

«Охранное поле» – это минимально допустимое пространство вокруг фирменного блока, свободное от какой-либо графики и текста. Оно определяется расстоянием «X» от границ элементов фирменного блока (см. приведенную схему).

выравнивание по горизонтали



визуальная компенсация



визуальная компенсация

выравнивание по вертикали



визуальная компенсация

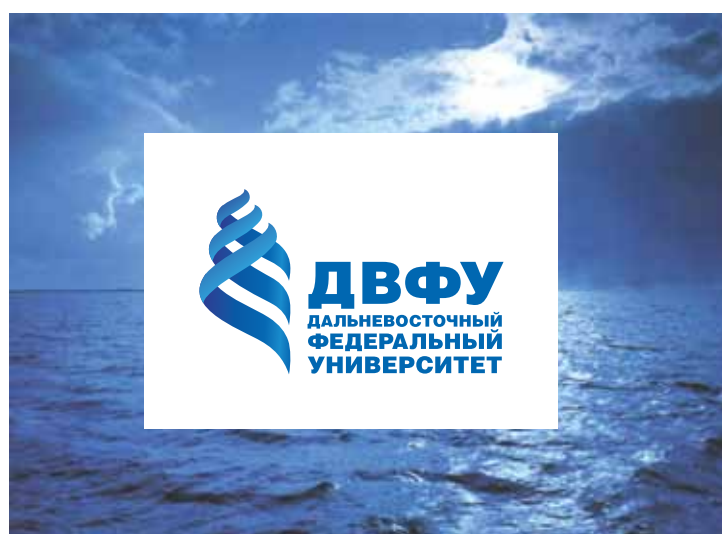
ФИРМЕННЫЙ БЛОК ВЫРАВНИВАНИЕ

При создании дизайн-макетов, для выравнивания элементов дизайна или текстовой информации относительно фирменного блока, а также для выравнивания фирменного блока относительно краев макета или других элементов, рекомендуется использовать направляющие (базовые и касательные) линии, указанные на схеме. При этом применяя правило «Охранное поле» (см. страницу руководства выше).

«Базовые линии» (линия шрифта и высота прописных знаков) — воображаемые линии, проходящие по нижнему и верхнему краю прописных знаков логотипа без учета «свисаний» и выносных элементов.

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

ДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ЦВЕТОВОГО РЕШЕНИЯ



На данной странице Руководства приведены правила размещения полноцветной, монотонной и черно-белой версий фирменного блока на различных цветных фонах.

В целом, размещать блок рекомендуется только на белом фоне (либо белой плашке с соблюдением правила «охранного поля»). В случае, если такое размещение не представляется возможным, следует использовать специальную версию фирменного блока.

Внимание!

Полноцветная вариация фирменного блока является основной для всей системы визуальных коммуникаций бренда. Все остальные варианты цветового решения необходимо использовать только в тех случаях, когда воспроизвести основной (полноцветный) вариант фирменного блока не представляется возможным.

При размещении специальной версии фирменного блока на цветных фонах следует руководствоваться критерием контрастности и, в случае необходимости, окрашивать в белый цвет.

Монотонная вариация (оттенки серого) блока применяется при его черно-белой печати (например, в некоторых ч/б изданиях).

Черно-белая вариация используется при воспроизведении фирменного блока с помощью определенных технологий (шелкография, факсимиле, лазерная гравировка, тиснение, конгрев и др.)

ФИРМЕННЫЙ БЛОК НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ЦВЕТОВОГО РЕШЕНИЯ



На данной странице руководства показаны примеры **неправильного** использования фирменного блока ДВФУ.

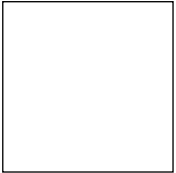
Фирменный блок всегда следует воспроизводить из электронного файла. Его ни в коем случае не следует видоизменять по форме, цвету или как-либо ещё.

Внимание!

1. Не допускайте деформаций фирменного блока.
2. Не используйте посторонние цвета.
3. Не добавляйте никаких эффектов.
4. Не допускайте изменения размеров или положения элементов фирменного блока.
5. Не вращайте и не дублируйте фирменный блок.
6. Не используйте посторонние шрифты.
7. Не заполняйте фирменный блок изображением.

ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

основная палитра

				
	FEFU BLUE	FEFU BLUE 2	FEFU RED	FEFU WHITE
PANTONE Solid Coated	Pantone 293 C	Pantone 2925 C	Pantone 185 C	
CMYK	C:100 M:60 Y:0 K:0	C:85 M:25 Y:0 K:0	C:0 M:100 Y:80 K:0	C:0 M:0 Y:0 K:0
RGB	R:0 G:103 B:177	R:0 G:150 B:214	R:227 G:24 B:55	R:225 G:225 B:225
WEB	# 3B 63 AB	# 69 95 D0	# BC 29 40	FF FF FF
RAL	5005	5012	3020	9003
ORACAL	057	056	032	010

дополнительная палитра

	CMYK 15.0.0.0		CMYK 5.0.0.0				
	CMYK 0.0.0.100		CMYK 0.0.0.80		CMYK 0.0.0.50		CMYK 0.0.0.10

На данной странице Руководства представлена фирменная цветовая палитра ДВФУ. Носители фирменного стиля следует оформлять с использованием рекомендуемых цветов.

Запрещается создание макетов, в которых бы доминировали не основные цвета.

На приведенной схеме фирменная цветовая палитра представлена в нескольких основных цветах-моделях для различных способов воспроизведения.

Pantone можно использовать при печати в две и более красок (для эффективной передачи корпоративных цветов возможно использование красок Pantone и при полноцветной печати).

Модель CMYK используют при полноцветной печати.

Модели RGB и Web используют для обозначения цветов в электронных носителях информации (например, web-сайт, презентация, электронный интерфейс).

Модели RAL и Oracal используют для обозначения цветов при оформлении интерьеров и экстерьеров зданий, производственных объектов, транспортных средств и т.д.

Рекламные макеты, буклеты, другие печатные материалы, вывески наружные или внутренние, баннеры в Интернете, телевизионная реклама создаются с использованием основных фирменных цветов.

ТИПОГРАФИКА

ФИРМЕННЫЕ ШРИФТОВЫЕ ГАРНИТУРЫ

Aa	Helios Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789
	Helios Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789
Aa	Helios Black	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789
	Helios Cond Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789
Aa	Helios Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789
	Adventure Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789

Фирменная шрифтовая гарнитура ДВФУ – Helios. Использование фирменной гарнитуры позволит достичь единого визуального образа и обеспечить более четкую идентификацию бренда.

Шрифты гарнитуры Helios рекомендуется использовать при оформлении деловой документации, информационных изданий, интернет проектов, корпоративной полиграфической продукции и рекламных макетов.

Дополнительная шрифтовая гарнитура – Adventure. Рекомендуется использовать при акциденции отдельных написаний на рекламных носителях и внутренней полиграфической продукции .

Внимание!
Для набора текста в деловой документации (например, электронных шаблонах) в случае невозможности использования шрифта Helios Regular рекомендуется применять шрифт Arial.

Обозначенные шрифтовые гарнитуры содержат множество начертаний. На схеме представлены наиболее часто используемые:

- 1 начертание Bold и Black — для акциденции в текстовом блоке и заголовков различных уровней;
- 2 начертание Regular — для оформления наборного текста;
- 3 начертание Light и Cond Light — для оформления текстовых блоков, в некоторых случаях, заголовков первого уровня, и пометок;
- 4 шрифт Adventure — для оформления отдельных написаний.

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ



Дополнительная узнаваемость фирменного стиля ДВФУ достигается за счет использования на различных носителях дополнительного стилеобразующего элемента – абстрактного цветографического решения, ассоциативно связанного с элементами фирменного знака ДВФУ.

«Произвольное», на первый взгляд, чередование полос различных оттенков красного, белого и синего цветов на самом деле является жестко регламентированным (как по «толщине», так и по последовательности линий).

Первый («активный», в виде переплетенных полос) используется в коммуникациях при оформлении рекламнoсувенирных изданий и изделий, рекламных макетов и т.д.

Второй вариант («сдержанный», в виде полосок) – в коммуникациях от имени корпоративного бренда – например, при оформлении деловой документации, презентационных материалов, корпоративных изданий.

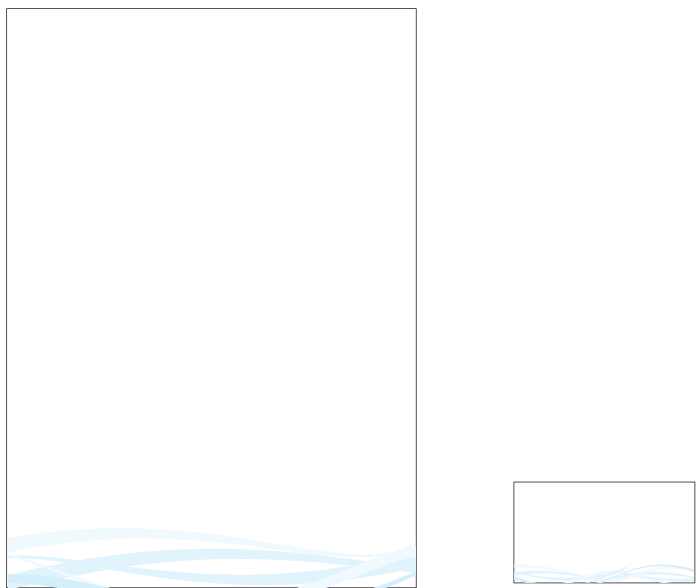
Внимание!

В связи с этим для воспроизведения элемента на предметах-носителях фирменного стиля следует использовать исключительно его оригинальную компьютерную версию.

Варианты декоративного элемента для различных носителей представлены далее.

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

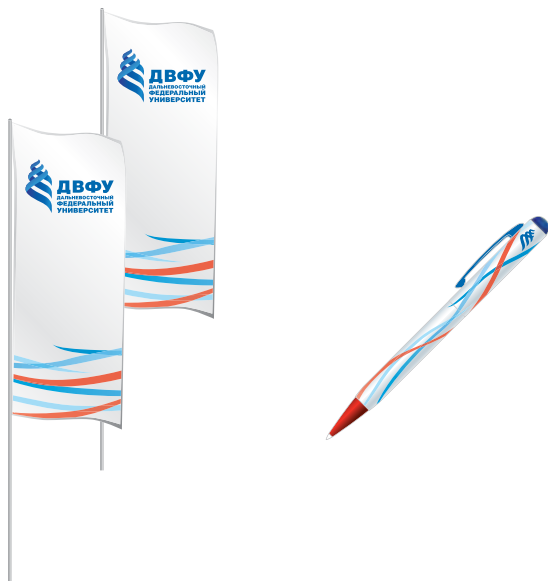
ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



min 10 %



max 20 %



min 10 %



max 100 %



С целью выработки общих правил использования стилеобразующих элементов в виде плашек, оформляемые ими объекты следует разделять на два типа:

- 1** носители информации — фирменная деловая документация, электронные презентации, каталоги, брошюры и т.д. Их брендинг фирменным стилеобразующим элементом должно носить легкий, аккуратный характер, площадь занимаемой ими поверхности не должна превышать 20% от общей.
- 2** декоративные носители – различные сувениры и иные объекты, несущие скорее декоративную функцию и не предназначенные для отражения сколь-нибудь значимой информации. Брендинг таких носителей может быть различным – плашка, в зависимости от ситуации, может занимать до 100% общей площади поверхности носителя.



СТИЛЬ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ РЕПОРТАЖНЫЕ СЪЕМКИ

Репортажные изображения обычно представляют собой как бы случайные фотографии, на которых запечатлены обычные люди. Изображение на фотографии должно быть правдоподобным, а не инсценированным или постановочным.

Репортажные снимки должны быть несложными, легко воспринимаемыми и простыми по композиции. Такие снимки позволяют создать дружескую, беззаботную и свободную атмосферу.

Цвет изображений должен быть ярким и живым, кожа людей - иметь теплые тона. Угол съемки должен соответствовать обычному углу зрения человека, без чрезмерной перспективы.

Репортажные снимки могут быть скадрированы неожиданным и нетрадиционным образом, что усиливает впечатление случайности снимка.

Объект должен быть идеально сфокусирован, при этом фоновые детали могут быть нерезкими, и допускается, когда это уместно, легкая смазанность фона, характерная для съемки в движении.

Фотографии должны оставлять общее впечатление свежести, спонтанности и энергии; они должны удивлять и быть правдивыми и реалистичными.



СТИЛЬ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ АРХИТЕКТУРА И ИНТЕРЬЕР

Архитектурные сооружения являются неотъемлемой частью нашей повседневности. Изображения архитектуры кампуса ДВФУ и прилегающих архитектурных объектов должны быть выполнены в ракурсе с низу вверх для создания визуально усиливающего эффекта грандиозности проекта.

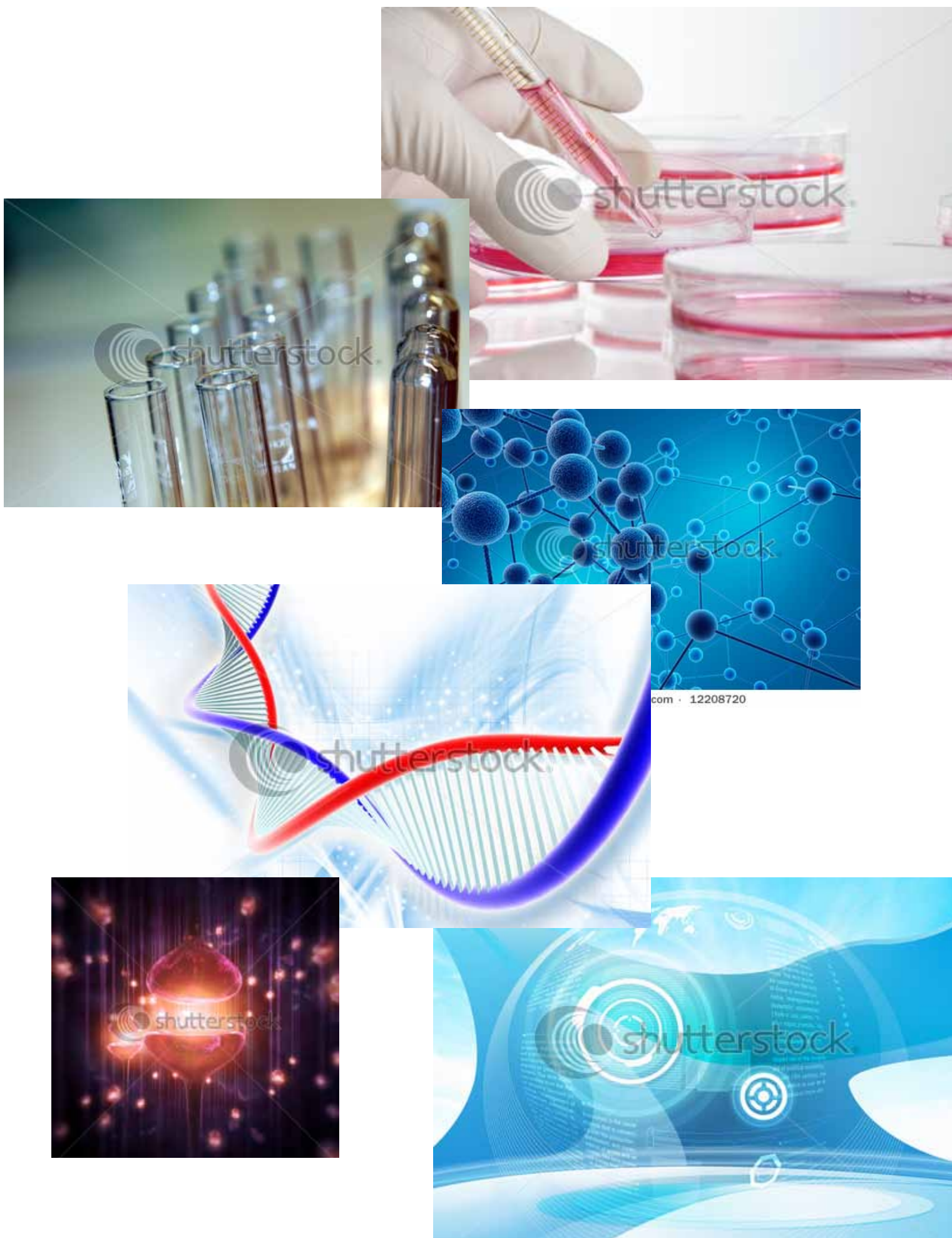
Изображение должно отражать живость архитектурного пейзажа. Создавать настроение и подчеркивать перспективу кадра. Через эти изображения необходимо передать все величие архитектуры университета. Допускается съемка отдельных архитектурных деталей.

Интерьерная съемка подразумевает похожий принцип, но в рамках интерьера.

Цвет изображений должен быть естественным и позитивным.

Объекты должны быть идеально сфокусированы, при этом фоновые детали могут быть нерезкими.

Фотографии должны оставлять общее впечатление основательности, открытости и дружелюбия; они должны придавать уверенности в пребывании в этом учебном заведении.



СТИЛЬ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ НАУКА

Наука представлена в обществе, как среда изучения чего-то нового и создание для человечества нужных и полезных вещей.

Изображения, связанные с научной тематикой, создают образ идущего вперед и открывающего новые горизонты бренда.

Допустимо использование изображений с молекулярной решеткой, лабораторными исследованиями и образами инноваций в области информационных технологий. Их можно в дальнейшем использовать в качестве визуального образа на рекламных носителях и для внутренних информационных материалов (проспекты, буклеты, открытки, приглашения и т.д.).

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТО- ОБОРОТЕ

Фирменный стиль в документообороте

Общие сведения и рекомендации	стр. 24
Бланк письма	стр. 25
Бланк факс.....	стр. 26
Визитная карточка	стр. 27
Фирменный конверт E65 (euro)	стр. 28
Фирменный конверт C4.....	стр. 29
Фирменный конверт C5.....	стр. 30
Фирменная папка	стр. 31
Шаблон электронной презентации	стр. 32
Фирменный пропуск	стр. 33
Фирменный пропуск на автомобиль	стр. 34
Фирменная открытка	стр. 35

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ



Надлежащее использование фирменной документации обеспечивает единообразие и целостность бренда ДВФУ.

То, как Университет ведет свою повседневную деятельность, показывает, что он собой представляет.

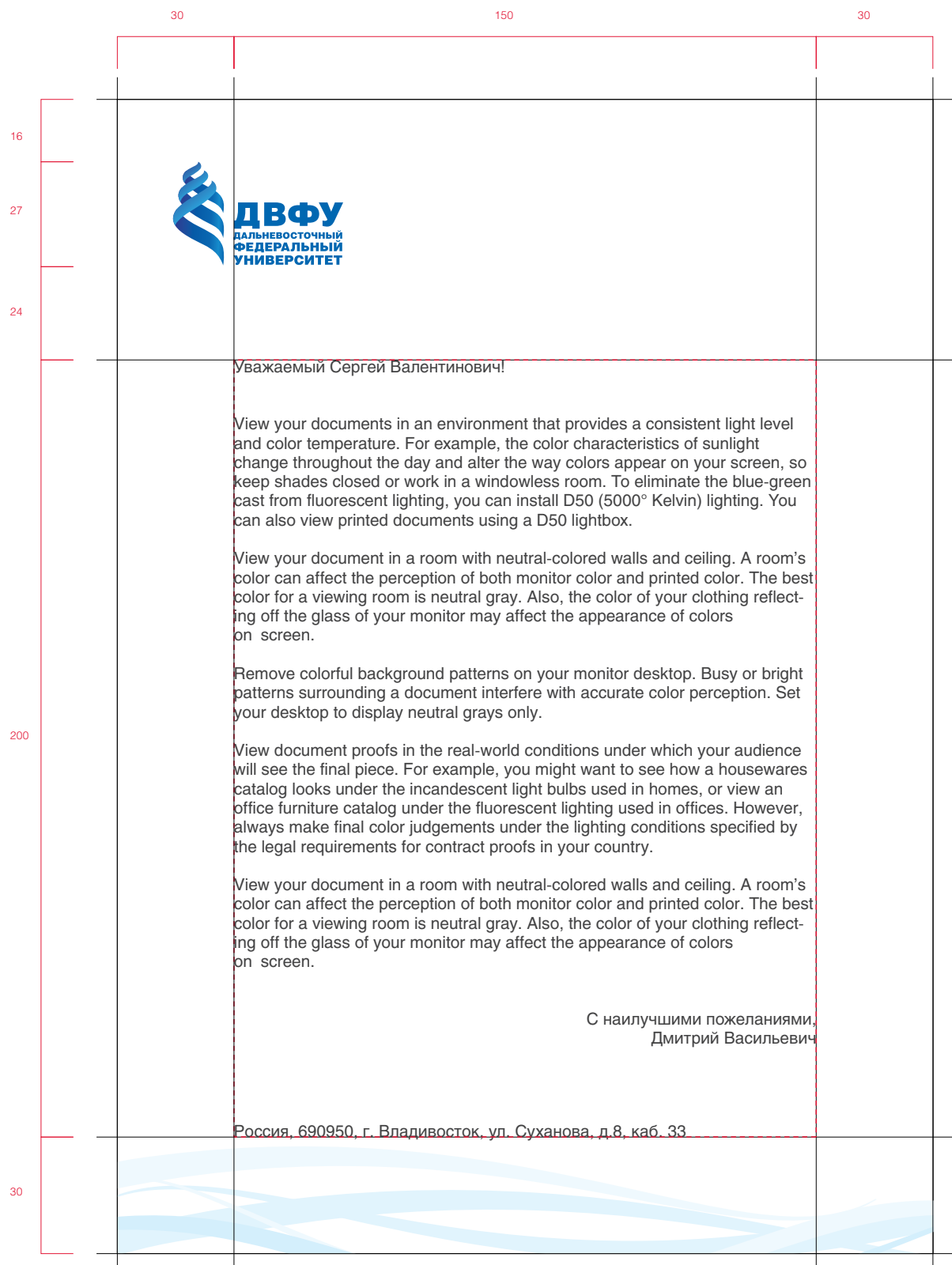
Для удобства использования и обеспечения единообразия оформления в данном Руководстве содержится информация о предварительно определенных размерах шрифтов, фирменных блоках полей и других элементах оформления.

В качестве оформления документации используются фирменные декоративные элементы ДВФУ.

Внимание!

Использование других вариантов (не регламентированных настоящим Руководством) запрещено.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ БЛАНК ПИСЬМА



Масштаб изображения: 65%.
Все размеры указаны в мм;

Формат: A4 (210x297 мм);

Материал: бумага офсетная, немелованная, высокой белизны, плотность 80-100 г/м2.

Печать: офсетная, 2+0
(PANTONE 293 C, PANTONE Black 6 C).

Правила набора текста документа:

- 1 Весь текст на бланке официального письма набирается шрифтом Helios Regular, 12pt / 14pt. Выравнивается по левому краю.
- 2 Текст набирается строго в границах, показанных на схеме слева.

Шаблон бланка в формате MS Word прилагается.

Внимание!
Для типографского воспроизведения бланка следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ БЛАНК ФАКС

30	150	30
16		
27		
15		
10	Россия, г. Владивосток, 690950, ул. Суханова, д.8, каб. 33 Тел.: +7 (4232) 43 32 80, Факс.: +7 (4232) 43 32 80 E-mail: vladimir@dvfu.ru, www.dvfu.ru	Блок отправителя
14	Куда: Дата: Кому: Факс:	Блок получателя
165	Уважаемый Сергей Валентинович! View your documents in an environment that provides a consistent light level and color temperature. For example, the color characteristics of sunlight change throughout the day and alter the way colors appear on your screen, so keep shades closed or work in a windowless room. View your document in a room with neutral-colored walls and ceiling. A room's color can affect the perception of both monitor color and printed color. The best color for a viewing room is neutral gray. Also, the color of your clothing reflecting off the glass of your monitor may affect the appearance of colors on screen. Remove colorful background patterns on your monitor desktop. Busy or bright patterns surrounding a document interfere with accurate color perception. Set your desktop to display neutral grays only. View document proofs in the real-world conditions under which your audience will see the final piece. For example, you might want to see how a housewares catalog looks under the incandescent light bulbs used in homes, or view an office furniture catalog under the fluorescent lighting used in offices. However, always make final color judgements under the lighting conditions specified by the legal requirements for contract proofs in your country. View your document in a room with neutral-colored walls and ceiling. A room's color can affect the perception of both monitor color and printed color. The best color for a viewing room is neutral gray. Also, the color of your clothing reflecting off the glass of your monitor may affect the on screen. С наилучшими пожеланиями, Дмитрий Васильевич	
30		

Масштаб изображения: 70%.
Все размеры указаны в мм;

Формат: A4 (210x297 мм);

Материал: бумага офсетная, немелованная, высокой белизны, плотность 80-100 г/м2.

Печать: офсетная, 1+0 (PANTONE Black 6 C).

Правила набора текста документа:

- 1 Адресный блок - Helios Regular, 9pt / 12pt. Выравнивается по левому краю.
- 2 Блок получателя - Helios Regular, 9pt / 19pt. Выравнивается по левому краю.
- 2 Текстовый блок - Helios Regular, 12pt / 14pt. Выравнивается по левому краю.

Шаблон бланка в формате MS Word прилагается.

Внимание!
Для воспроизведения следует использовать электронную версию факс-бланка.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



Масштаб изображения: 100%.
Все размеры указаны в мм;

Формат: 90x50 мм;

Материал: белая колондированная без тиснения
«Ивобель», плотность 280-320 г/м2;

Печать: офсетная, 2+0
(PANTONE 293 C, PANTONE Black 6 C).

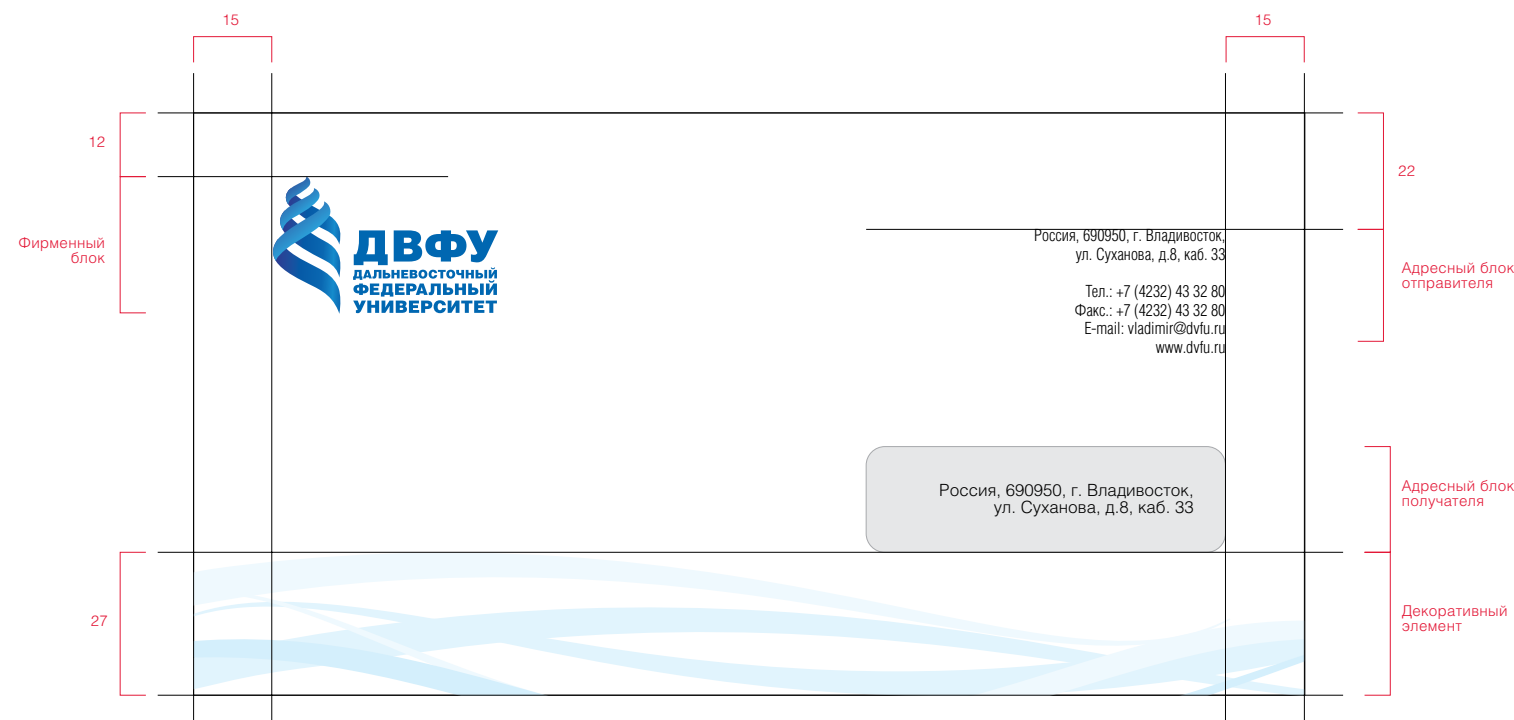
Правила набора текста документа:

- 1 ФИО - Helios Bold 9pt / 10pt.
Выключка вправо.
- 2 Должность - Helios Cond Light 8pt / 8.5pt.
Выключка вправо.
- 2 Контакты и адресный блок - Helios Cond Light
7pt / 8.5pt. Выключка вправо.

Внимание!
Во избежание искажения и изменения взаиморасположения различных информационных блоков и декоративных элементов, при оформлении визитной карточки для конкретного должностного лица, следует использовать исключительно электронную версию оригинал-макета, прилагаемую к настоящему Руководству.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ

ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ E65 (EURO)



Масштаб изображения: 70%.
Все размеры указаны в мм;

Формат: 220x110 мм;

Материал: Готовый стандартный конверт;

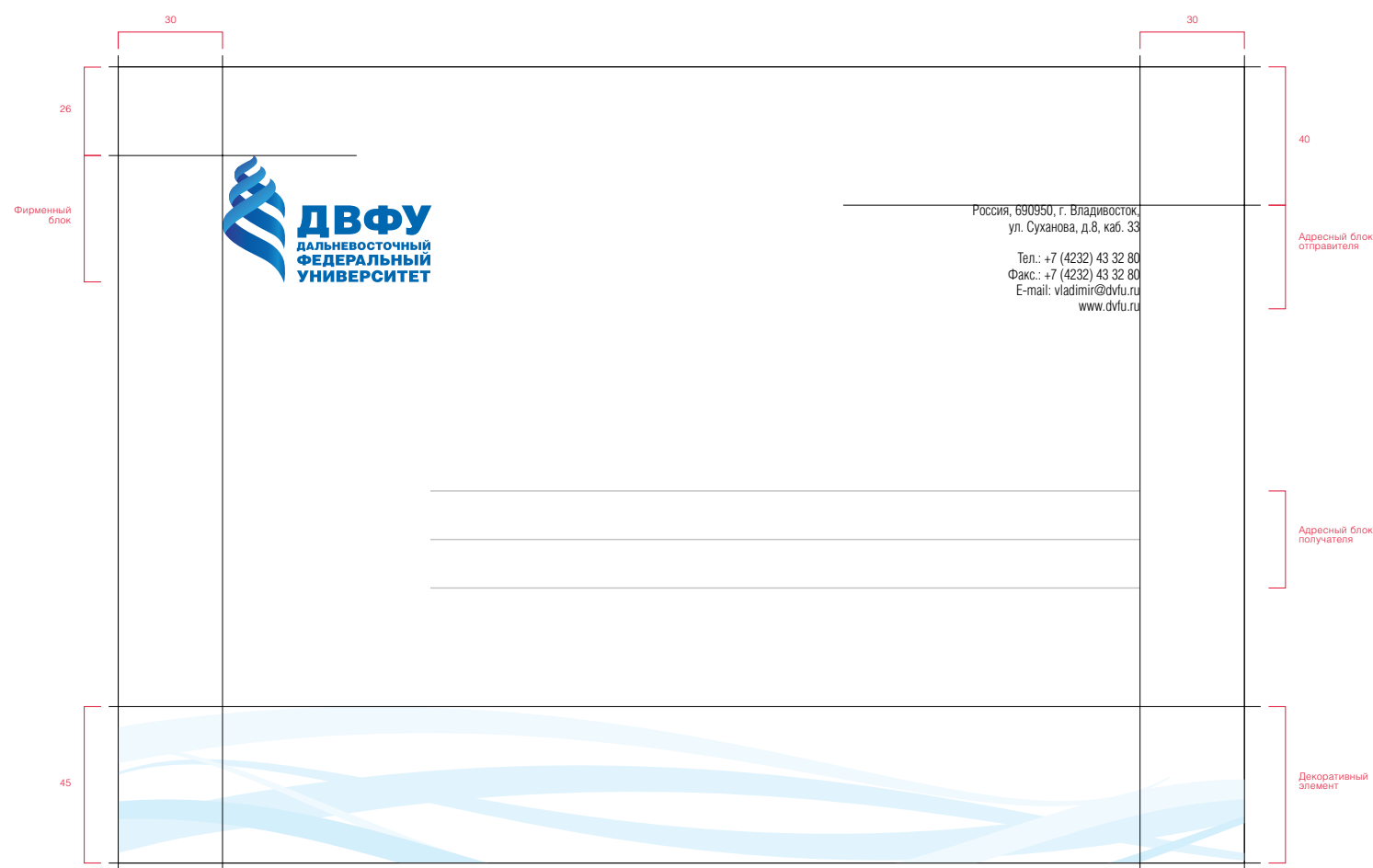
Печать: офсетная, 2+0
(PANTONE 293 C, PANTONE Black 6 C).

Правила набора текста документа:
Адресный блок отправителя - Helios Cond Light
9pt / 10pt. Выключка вправо.

Внимание!
Для типографского воспроизведения конверта
следует использовать только оригинал-макет
в электронном виде.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ

ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ С4



Масштаб изображения: 50%.
Все размеры указаны в мм;

Формат: 324x229 мм;

Материал: Готовый стандартный конверт;

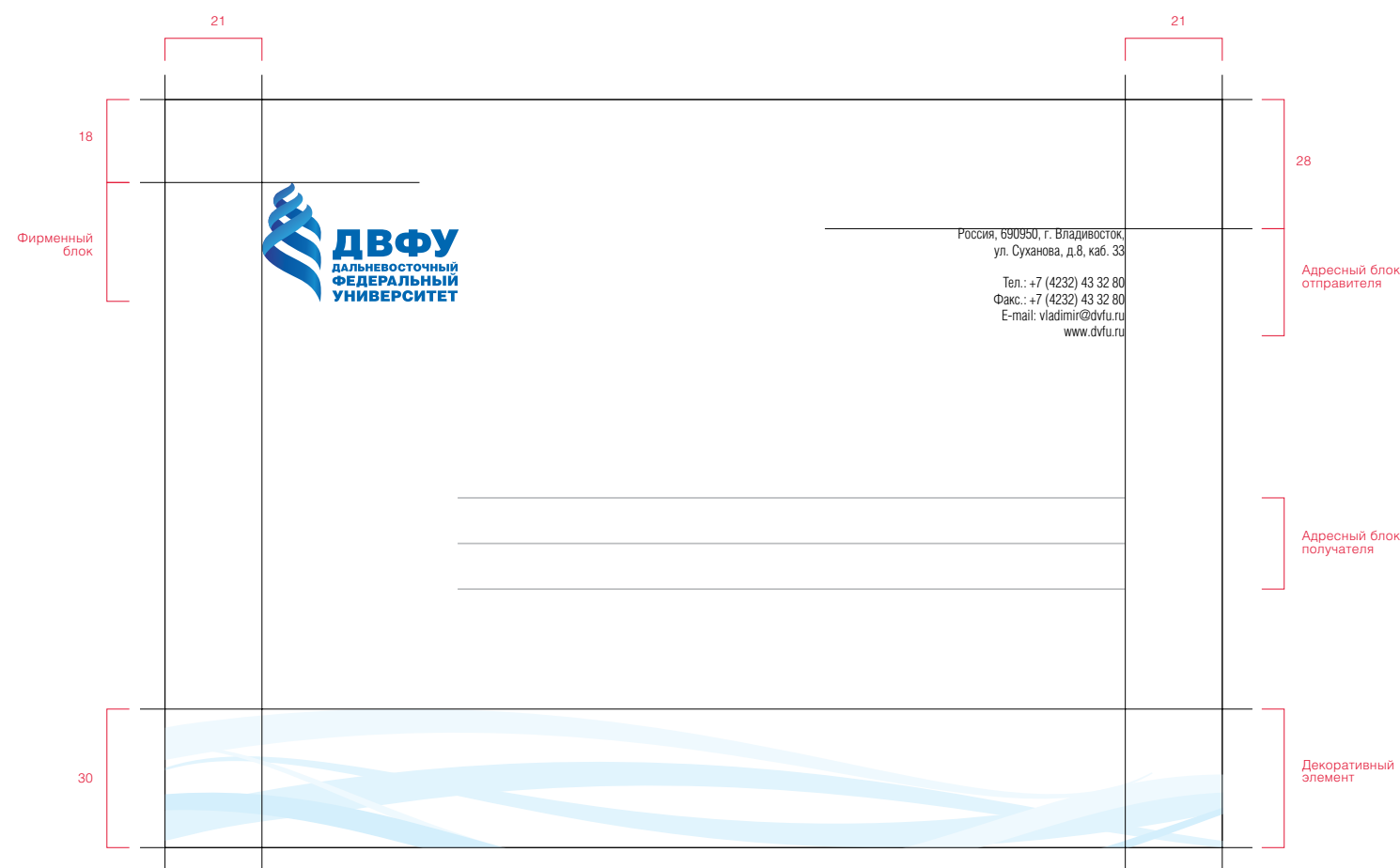
Печать: офсетная, 2+0
(PANTONE 293 C, PANTONE Black 6 C).

Правила набора текста документа:
Адресный блок отправителя - Helios Cond Light
12pt / 13pt. Выключка вправо.

Внимание!
Для типографского воспроизведения конверта
следует использовать только оригинал-макет
в электронном виде.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ

ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ С5



Масштаб изображения: 50%.

Все размеры указаны в мм;

Формат: 324x229 мм;

Материал: Готовый стандартный конверт;

Печать: офсетная, 2+0
(PANTONE 293 C, PANTONE Black 6 C).

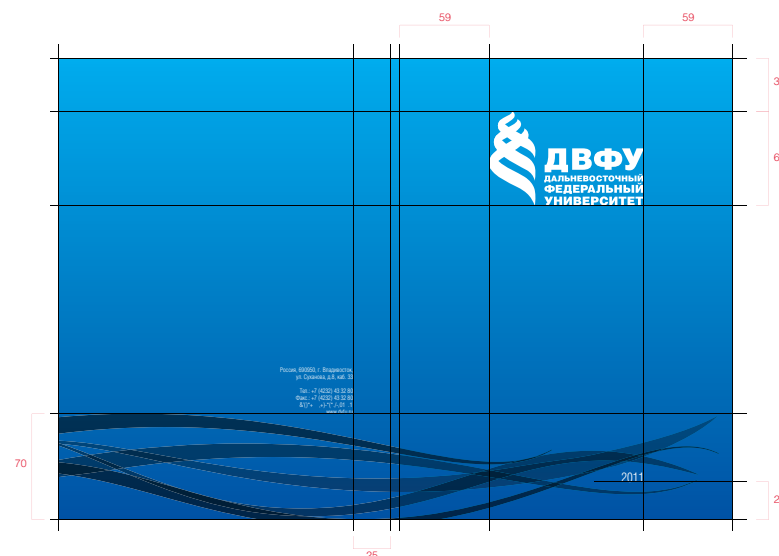
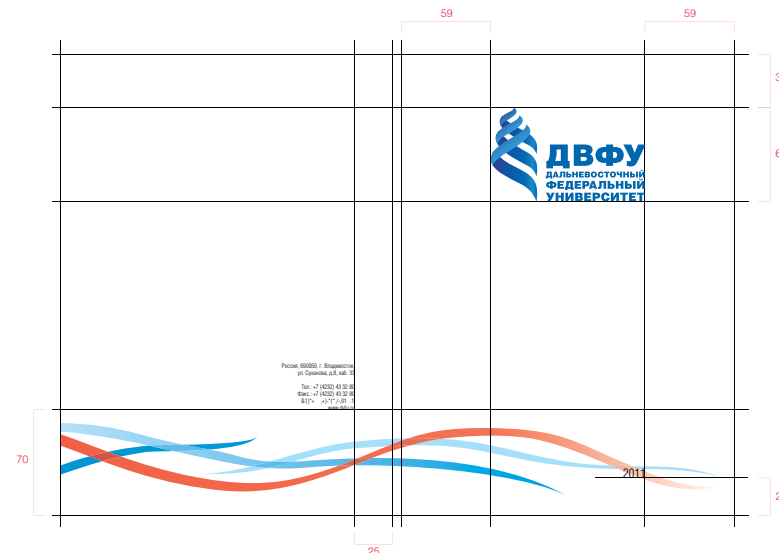
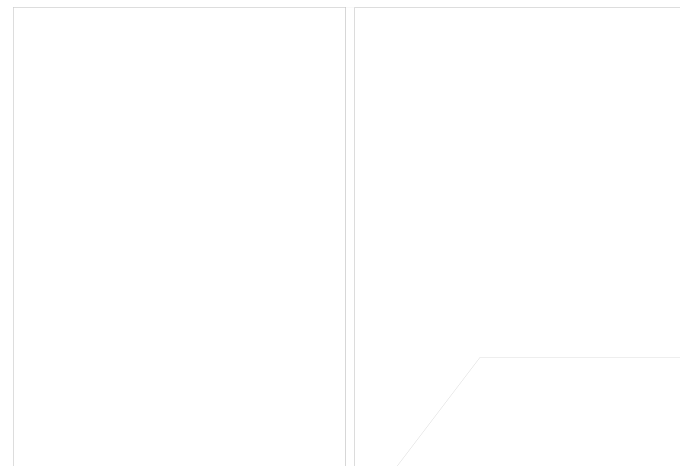
Правила набора текста документа:

Адресный блок отправителя - Helios Cond Light
9pt / 10pt. Выключка вправо.

Внимание!

Для типографского воспроизведения конверта
следует использовать только оригинал-макет
в электронном виде.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ ФИРМЕННАЯ ПАПКА



Фирменная папка ДВФУ используется для передачи презентационных материалов Университета и рекламно-полиграфической продукции (листовок). Внешний вид папки выдержан в соответствии с единым фирменным стилем ДВФУ и соответствует корпоративной цветовой гамме.

Масштаб изображения: 20%.

Все размеры указаны в мм;

Формат готового изделия: 220x306 мм; 465x407 мм;

Материал: картон высокой белизны, плотностью 240-280 гр/м2;

Печать: офсетная, 4+0 (СМΥК).

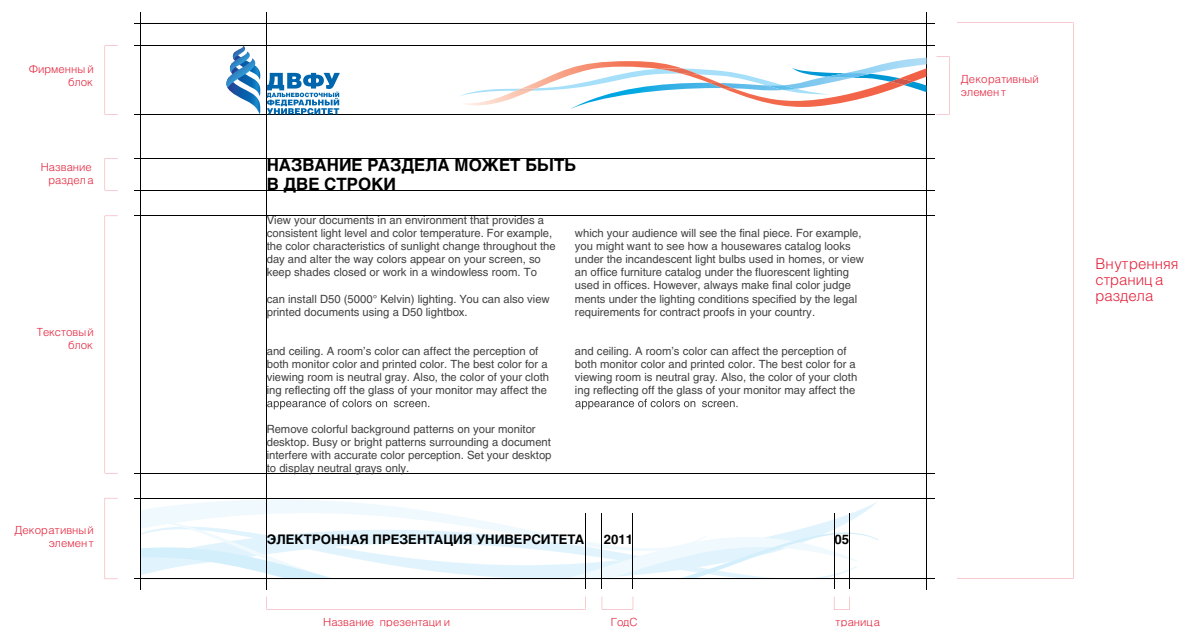
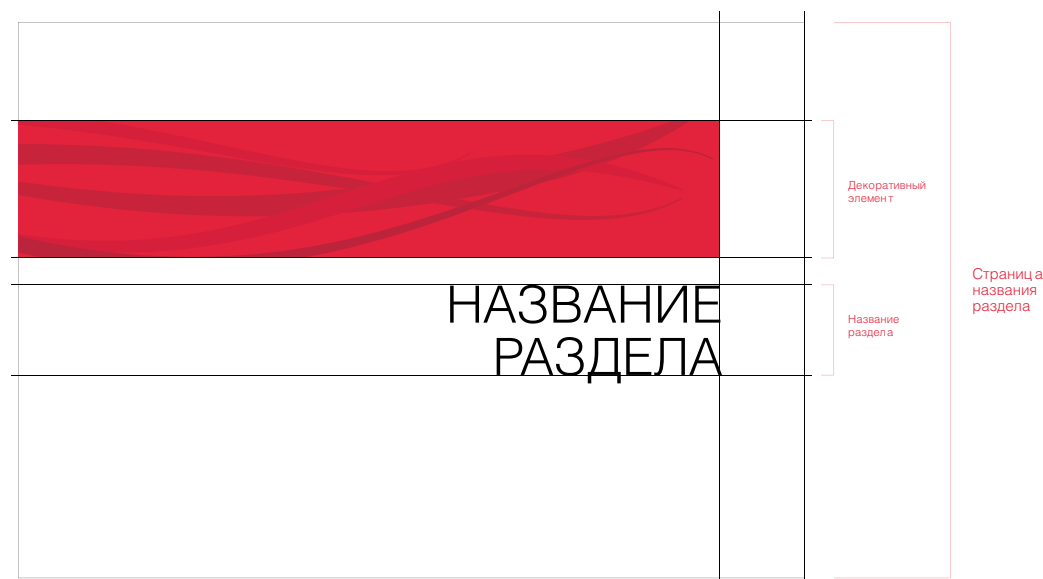
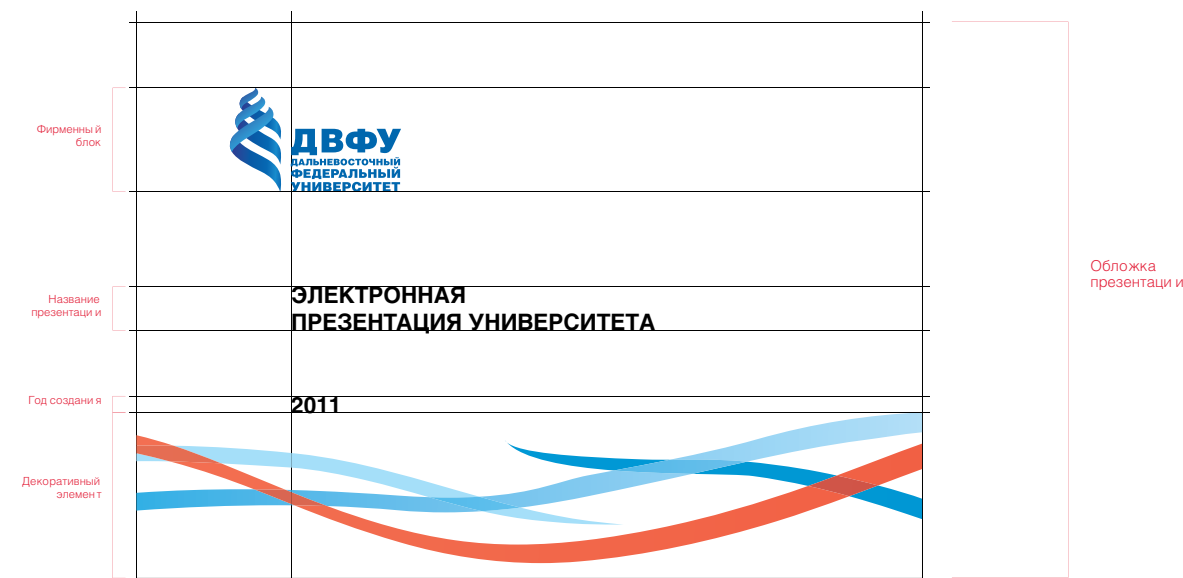
Правила набора текста документа:

1 Адресный блок - Helios Cond Light 12pt / 13pt.
Выключка вправо.

2 Год - Helios Cond Light 25pt

Внимание!

Для типографского воспроизведения папки следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ ШАБЛОН ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

На схеме слева показан шаблон электронной презентации в программе Microsoft Power Point.

Масштаб изображения: 35%.

Формат: А4 горизонтальный;

Правила набора текста документа:

1 Обложка презентации:

Название и год - Helios Bold 24pt / 29pt.
Выключка влево.

2 Страница названия раздела -
Helios Light 55pt / 56pt. Выключка вправо.

3 Внутренняя страница презентации:

Название раздела - Helios Bold 18pt / 21pt.
Выключка влево.

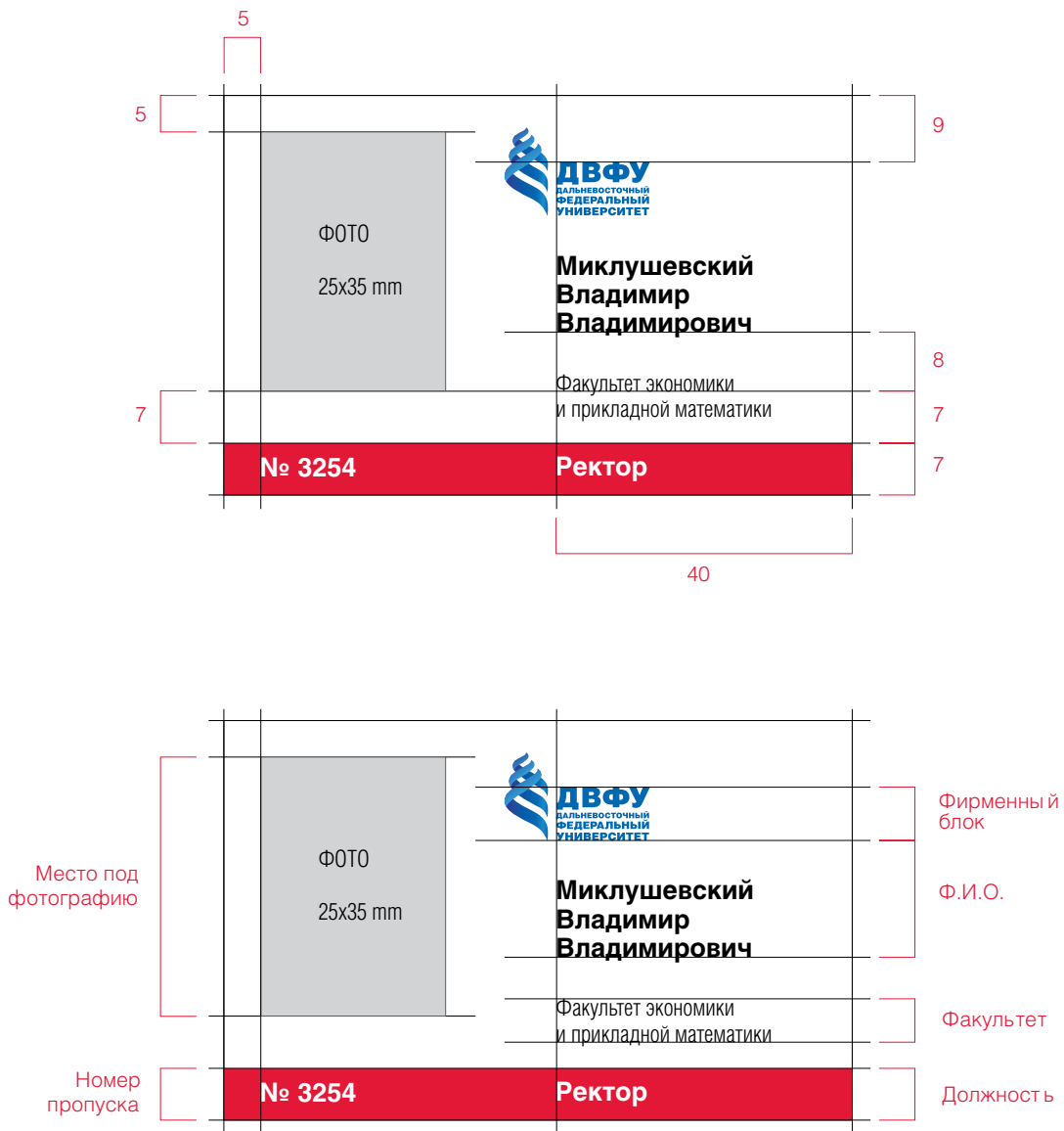
Текстовый блок - Helios Regular 12pt / 14pt.
Выключка влево.

Название презентации, год, страница -
Helios Regular 14pt.

Внимание!

Для воспроизведения следует использовать электронную версию презентации в программе Microsoft Power Point.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ ФИРМЕННЫЙ ПРОПУСК



Масштаб изображения: 100%.
Все размеры указаны в мм;

Формат: 85x54 мм;

Материал: белая колондрированная без тиснения
«Ивобель», плотность 280-320 г/м2;

Печать: офсетная, 3+0 (PANTONE 293 C,
PANTONE 186 C, PANTONE Black 6 C).

Правила набора текста документа:

- 1 ФИО - Helios Bold 10pt / 11pt.
Выключка влево.
- 2 Факультет - Helios Cond Light 9pt / 10pt.
Выключка влево.
- 3 Должность и номер - Helios Bold 10pt.
Выключка влево.

Внимание!
Во избежание искажения и изменения взаимора-
сположения различных инфомационных блоков,
при оформлении фирменного пропуска для кон-
кретного должностного лица, следует использовать
исключительно электронную версию оригинал-ма-
кета, прилагаемую к настоящему Руководству.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ

ФИРМЕННЫЙ ПРОПУСК НА АВТОМОБИЛЬ

Декоративный элемент

	ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ	Фирменный блок
ПРОПУСК № _____		Номер пропуска
_____		Ф.И.О водителя и номер автомобиля
государственный номер автомобиля		
_____		Дополнительная информация
фамилия, и.о.		
Проректор ДВФУ по АХР	Пропуск действителен до	
Н.А. Морозов	_____	

ДВФУ ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРОПУСК № _____

государственный номер автомобиля

фамилия, и.о.

Проректор ДВФУ по АХР Пропуск действителен до

Н.А. Морозов _____

Материал: белая колондированная без тиснения «Ивобель», плотность 280-320 г/м2;

Печать: офсетная, 3+0 (PANTONE 293 C, PANTONE 186 C, PANTONE Black 6 C).

Правила набора текста документа:

- 1 Номер пропуска - Helios Bold 10pt / 11pt. Выключка влево.
- 2 Дополнительная информация - Helios Regular 9pt. Выключка влево.

Внимание!
Во избежание искажения и изменения взаиморасположения различных информационных блоков, при оформлении фирменного пропуска для конкретного должностного лица, следует использовать исключительно электронную версию оригинал-макета, прилагаемую к настоящему Руководству.



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ ФИРМЕННАЯ ОТКРЫТКА

Фирменная открытка используется для передачи пригласительных и поздравительных писем. Внешний вид открытки выдержан в соответствии с единым визуальным стилем ДВФУ.

Масштаб изображения: 65%.

Формат готового изделия: 200X100 мм;

Материал: картон, 300 г/м2;

Печать: офсетная, 4+0 (СМУК).

Правила набора текста документа:

- 1 Название открытки - Adventure Regular 36pt

Внимание!

Для типографского воспроизведения открытки следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Фирменный стиль в рекламных коммуникациях

Общие принципы оформления.....	стр. 37
Формат А4	стр. 38
Билборд 6х3м	стр. 39
Сити формат (120х180см)	стр. 40
Перетяжка (15х1.1м)	стр. 41
Выставочны мобильный стенд	стр. 42

РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ



Наружная реклама и реклама в печатных СМИ – одно из средств продвижения ДВФУ и распространения информации, формирующей позитивное отношение к бренду со стороны целевой аудитории. В связи с этим к оформлению рекламных носителей следует подходить с исключительным вниманием, избегая решений, не соответствующих фирменному стилю.

Все носители в одной группе вне зависимости от физического размера оформляются на основе единых принципов, описанных на примерах ниже. При создании макета для формата, не представленного в данном Руководстве, следует сохранять пропорции, заданные для схожего по пропорциям формата.

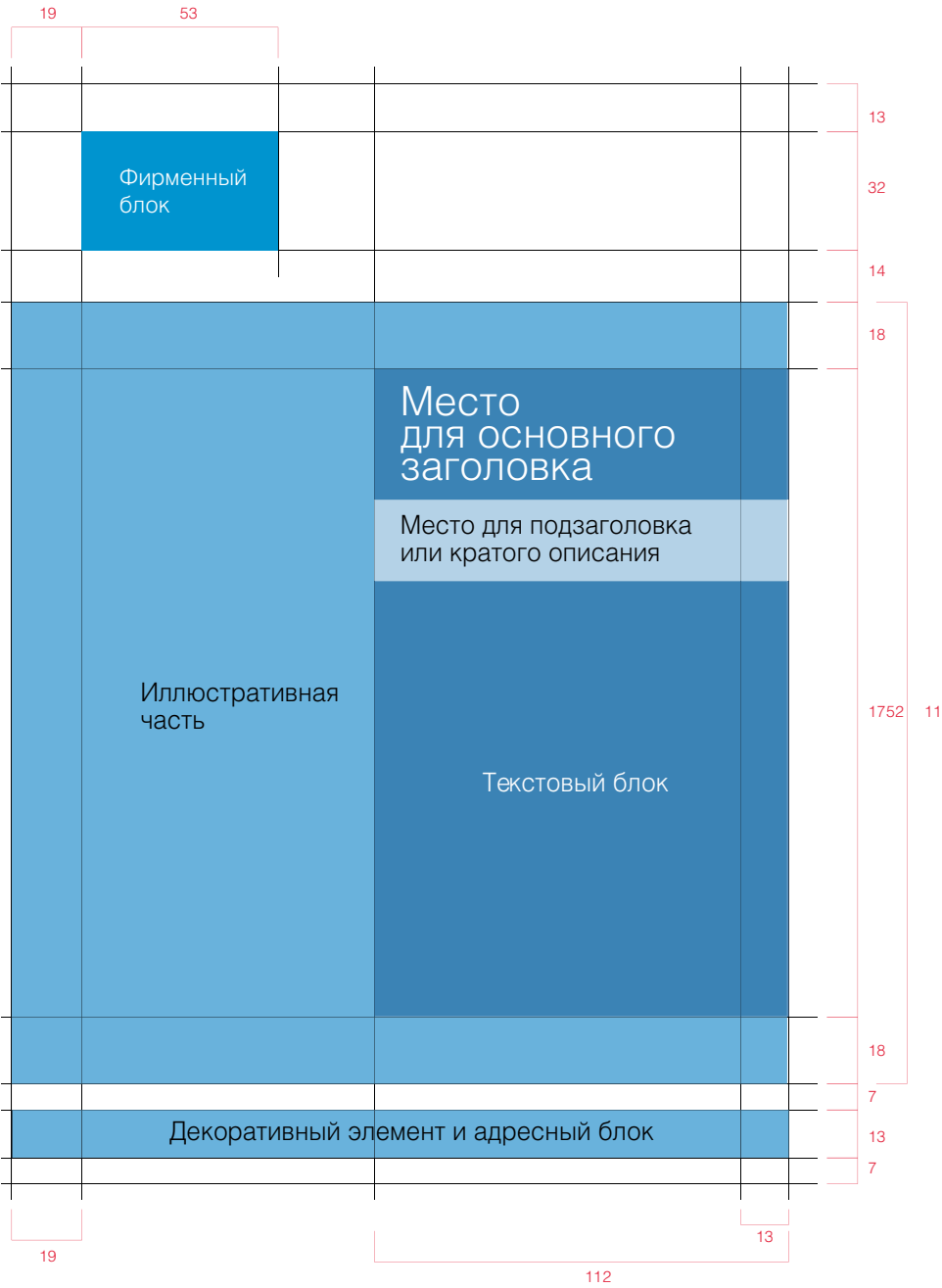
Внимание!

Описываемые в настоящем разделе принципы оформления рекламных носителей являются рекомендуемыми. В случае необходимости, они могут подлежать изменению при обязательном согласовании с ответственными должностными лицами ДВФУ. При этом альтернативные варианты оформления должны непременно соответствовать фирменному стилю ДВФУ и правилам его использования.



РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ФОРМАТ А4



Оформление формата А4 (а также схожих по пропорциям вертикальных форматов) осуществляется по единому шаблону, показанному на иллюстрации слева. Все размеры указаны в мм.

Макет формата А4 состоит из двух частей:

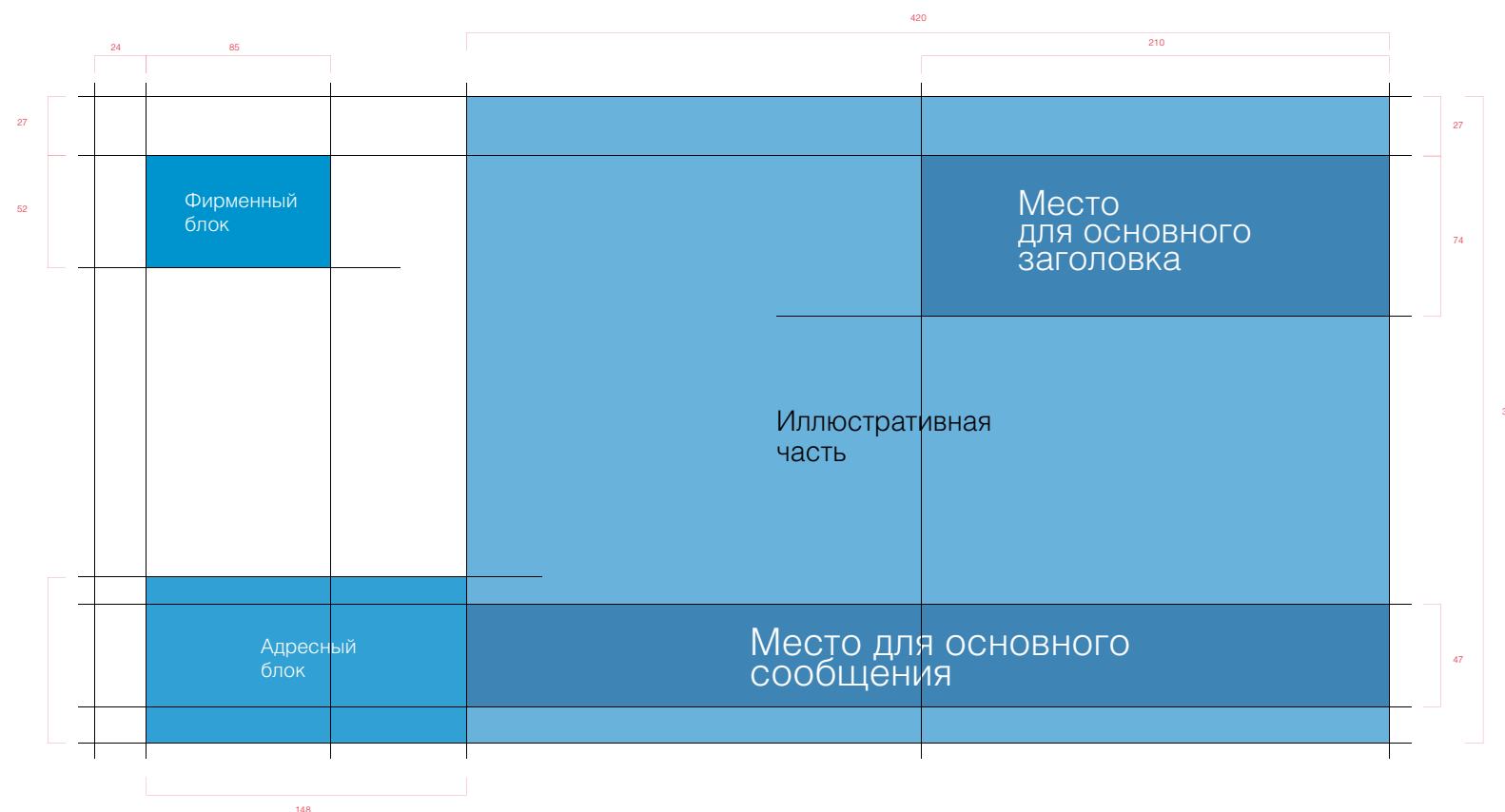
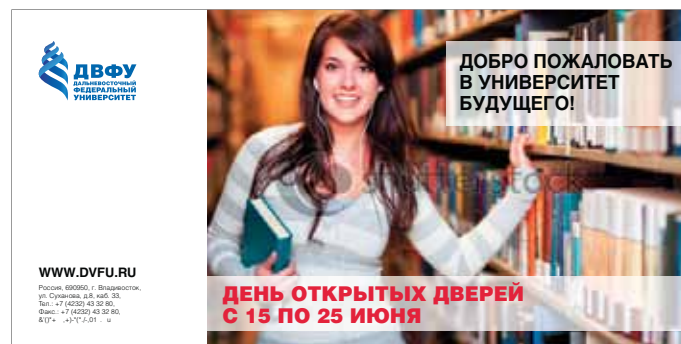
- иллюстративной, представляющей единое изображение.
- текстовой, представляющей из себя поле на поверхности изображения с полупрозрачным фоном верхней части макета.

Правила набора текста документа:

- Заголовок - Helios Bold 24pt / 25pt.
Выключка влево.
- Подзаголовок - Helios Light 20pt / 21pt.
Выключка влево.
- Текстовый блок - Helios Regular 12pt / 14pt
Выключка влево.
- Адресный блок - Helios Light 9pt / 10pt
Выключка влево.

На всех рекламных носителях форматах А4 в обязательном порядке присутствуют два элемента корпоративной идентификации: фирменный блок компании, который размещается в верхней левой части формата, и декоративный элемент, который размещается в нижней части.

Размер декоративного элемента – 210х13мм.
Размер фирменного блока – 53х32мм.



РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

БИЛБОРД 6Х3

Оформление биллборда 6х3м осуществляется по единому шаблону, показанному на иллюстрации слева. Все размеры указаны в см.

Правила набора текста документа:

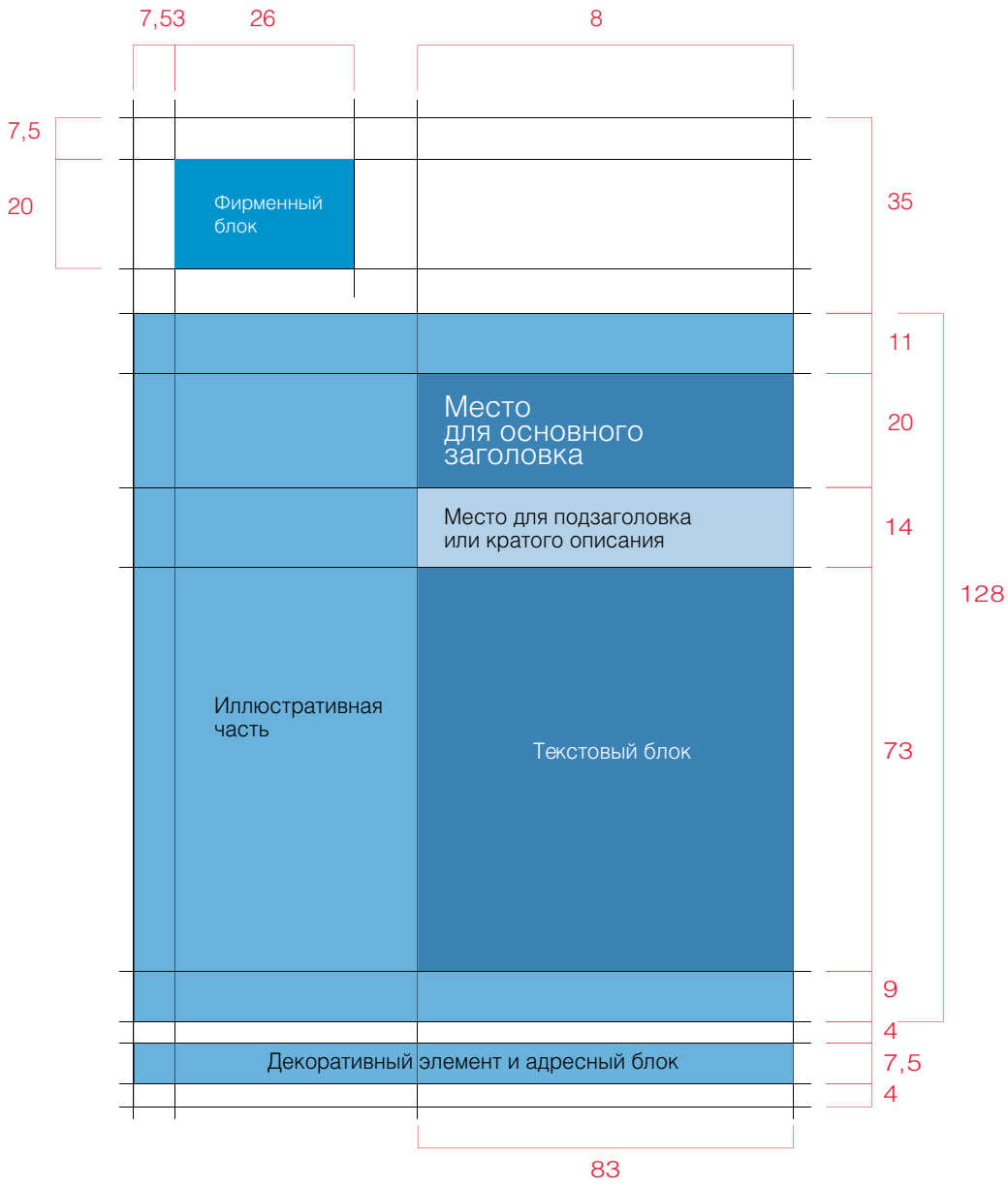
- 1 Заголовок - Helios Bold 480pt / 520pt.
Выключка влево.
- 2 Основное сообщение- Helios Black 510pt / 550pt.
Выключка влево.
- 3 Адрес сайта - Helios Regular 317pt / 288pt
Выключка влево.
- 4 Адресный блок - Helios Light 170pt / 200pt
Выключка влево.

На всех рекламных носителях биллборда 6х3м в обязательном порядке присутствует фирменный блок компании, который размещается в верхней левой части формата.

Размер фирменного блока – 85х52см.

РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

СИТИ ФОРМАТ (120X180см)



Оформление сити формата осуществляется по единому шаблону, показанному на иллюстрации слева. Все размеры указаны в см.

Правила набора текста документа:

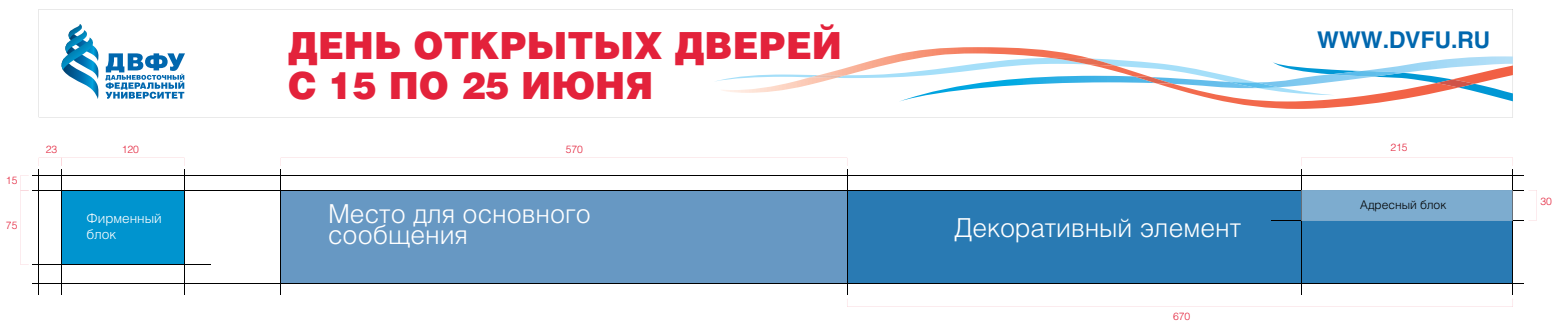
- 1 Заголовок - Helios Bold 134pt / 145pt.
Выключка влево.
- 2 Подзаголовок - Helios Light 127pt / 133pt.
Выключка влево.
- 3 Текстовый блок - Helios Regular 84pt / 103pt
Выключка влево.
- 4 Адресный блок - Helios Light 54pt / 60pt
Выключка влево.

На всех рекламных носителях сити формат в обязательном порядке присутствуют два элемента корпоративной идентификации: фирменный блок компании, который размещается в верхней левой части формата, и декоративный элемент, который размещается в нижней части.

Размер декоративного элемента – 210x13mm.
Размер фирменного блока – 85x52cm.

РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПЕРЕТЯЖКА (15X1,1м)



Перетяжки носят информационный характер о событийных мероприятиях ДВФУ. Оформление этого формата осуществляется по единому шаблону, показанному на иллюстрации слева. Все размеры указаны в см.

Правила набора текста документа:

- 1 Основное сообщение- Helios Black 1180pt / 1170pt. Выключка влево.
- 3 Адрес сайта - Helios Bold 660pt / 600pt
Выключка влево.

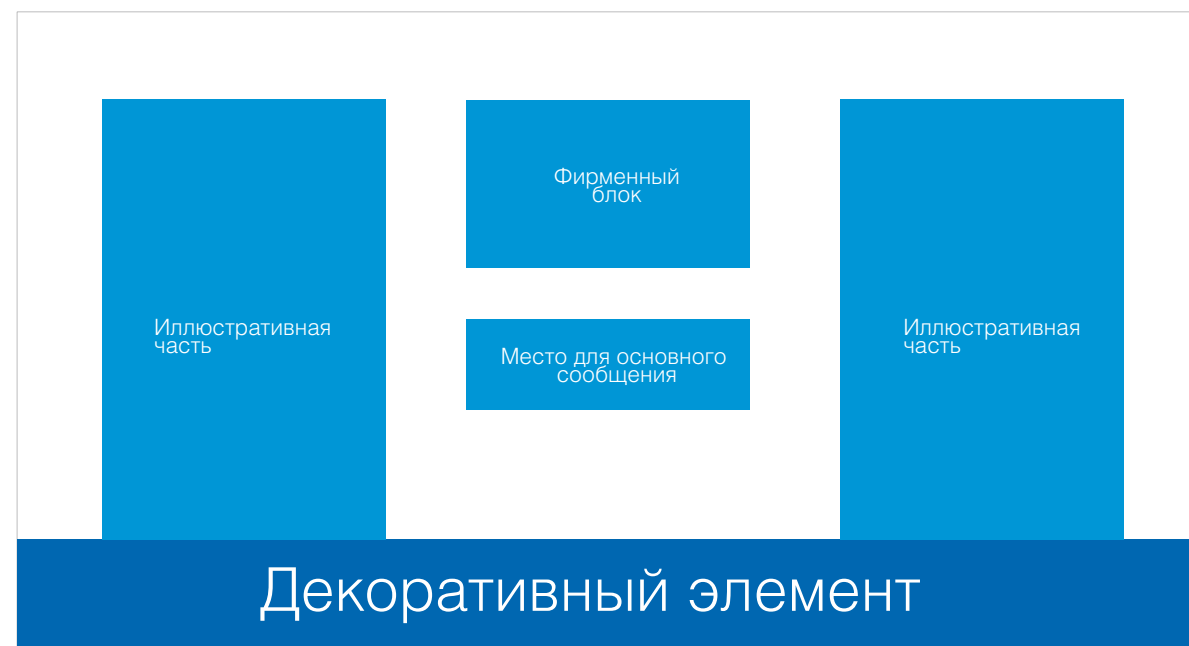
На всех перетяжках в обязательном порядке присутствуют два элемента корпоративной идентификации: фирменный блок компании, который размещается в левой части формата, и декоративный элемент, который размещается в правой части.

Размер декоративного элемента – 670х110см.
Размер фирменного блока – 120х75см.

РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ВЫСТАВОЧНЫЙ

МОБИЛЬНЫЙ СТЕНД



Мобильные стенды применяются для информационно-визуального сопровождения выставок ДВФУ. Оформление данного формата осуществляется по единому шаблону, показанному на иллюстрации слева.

На всех мобильных стендах в обязательном порядке присутствуют два элемента корпоративной идентификации: фирменный блок компании, который размещается в центральной части формата, и декоративный элемент, который размещается в нижней части.

СУВЕНИРНАЯ И ИМИДЖЕВАЯ ПРОДУКЦИЯ

Сувенирная и имиджевая продукция

Общие принципы оформления	стр. 44
Класса «Стандарт»	стр. 45-47
Флаговая группа 1	стр. 48
Флаговая группа 2	стр. 49
Портфель и сумка	стр. 50
Галстук мужской	стр. 51



СУВЕНИРНАЯ И ИМИДЖЕВАЯ ПРОДУКЦИЯ

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ

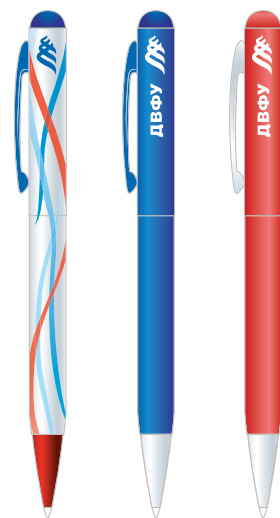
Фирменная сувенирная продукция является одним из эффективных способов «напоминания» Университета о себе и способствует формированию лояльности со стороны представителей целевой аудитории.

Сувенирная и представительская продукция относится к категории «естественных коммуникаторов», ненавязчиво напоминающих о бренде и информирующих о его «характере».

Набор сувенирной продукции не ограничивается предметами, представленными в Руководстве, и может дополняться в соответствии с пожеланиями рекламных отделов, не противоречащими принципам оформления сувенирной продукции.

Сувенирная продукция оформляется с использованием основных элементов фирменного стиля: фирменного блока, декоративного фирменного элемента, как по отдельности, так и в регламентированном сочетании. Композиционные решения с совместным использованием товарного знака и декоративного элемента подчиняются правилам, изложенным в данном руководстве.

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КЛАССА «СТАНДАРТ»



Для промо-акций используется бейсболка класса «Стандарт», плотностью 160-180 г, 5 клиньев, металлическая застежка или застежка липучка.

Материал: 100% хлопок;

Печать: шелкография.

Шариковые авторучки в фирменной цветовой гамме класса «Стандарт», диаметр ручки должен быть не менее 1 см.

Материал: пластик;

Печать: тампопечать.

Кружка фирменная класса «Стандарт». Логотип и декоративный элемент размещены согласно правилам расположения на цилиндрических поверхностях.

Материал: стекло матовое, прозрачное

Емкость: 250 мл

Метод персонализации: шелкография, деколь

Внимание!
Для типографского воспроизведения следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КЛАССА «СТАНДАРТ»



$h = 20 \text{ mm}$



$\varnothing 15 \text{ mm}$

Значок класса «Стандарт» используется для демонстрации принадлежности к университету.

Существуют два типа значков

1. Размер по высоте = 20 мм и имеет форму очертания знака.
2. Диаметр = 15мм и имеет стандартную круглую форму.

Материал: латунь;

Печать: тампопечать.

Внимание!
Для типографского воспроизведения открытки следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КЛАССА «СТАНДАРТ»



Для промо-акций используется футболка класса «Стандарт», плотностью 140/160 г.

Материал: 100% хлопок;

Печать: шелкография.

Внимание!
Для типографского воспроизведения следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

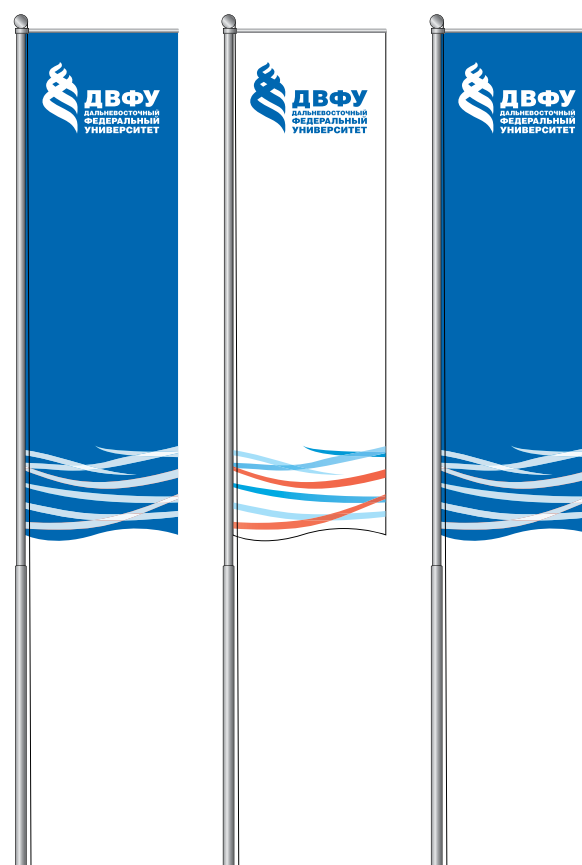
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ФЛАГОВАЯ ГРУППА 1

1



2



Флагштоки-мачты служат для вывешивания флагов у зданий, сооружений. К флагштоку с баннерным плечом флаг крепится двумя сторонами, и, таким образом, даже в самую ветреную погоду флаг остается развернутым. Необходимо производить флагштоки с подъемным механизмом, баннер-лифт позволит произвести замену на земле.

Рекомендуется использовать алюминиевый телескопический флагшток с баннерным плечом, который позволит достичь необходимой высоты от 2,5 до 5,5 м.

Материал: шелк, мультифлаг (влажная сетка), габардин, атлас.

Метод нанесения: сублимационная печать на ткани, прямая полноцветная печать на ткани, шелкография.

№ 1 — тип флагов перед входом в официальные здания.

№ 2 — тип флагов, используемых на промомероприятиях, выставках, соревнованиях.

Внимание!
Высота флагштока согласовывается с архитектором.



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ ФЛАГОВАЯ ГРУППА 2

Флагштоки настольные служат для размещения флажков и вымпелов на столах кабинетов, при проведении конференций или иных мероприятий.

Настольные флагштоки состоят из пластикового или металлического основания и могут быть рассчитаны на разное количество флагов и вымпелов.

Материал 1: атласная ткань

Метод нанесения: сублимационная печать

Материал 2: плотная сетка

Метод нанесения: шелкография

Тип печати: трафаретная печать.

Внимание!

Для типографского воспроизведения следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПОРТФЕЛЬ ДЕЛОВОЙ, СУМКА-КОНФЕРЕНЦ



Подарочные сумки и портфели могут раздаваться, при проведении конференций или иных мероприятий.

Конференц-сумка, белая с синим

Материал: полиэстер 600 D;

Метод нанесения: шекотрафарет;

Портфель деловой, черный с золотом

Материал: искусственная кожа

Метод нанесения: шелкография

Внимание!

Для воспроизведения следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ГАЛСТУК МУЖСКОЙ



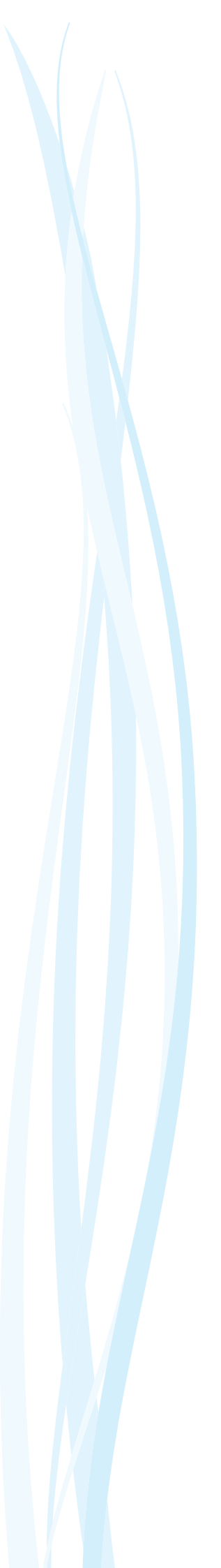
Стильный мужской галстук, выполненные в фирменной цветовой гамме с корпоративной символикой несомненно, украсит и оживит даже самый строгий деловой костюм. Они дополняют и еще раз подчеркнут корпоративный стиль.

Материал: искусственный шелк;

Метод нанесения: термоперенос или шекотрафарет;

Внимание!

Для воспроизведения следует использовать только оригинал-макет в электронном виде.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Восприятие бренда формирует прежде всего его визуальное оформление. В создании образа Университета нет незначительных деталей. Именно поэтому мы призываем Вас следовать изложенным в настоящем Руководстве инструкциям по созданию макетов рекламных и корпоративных информационных материалов.

Данное руководство поможет Вам следовать заданным стандартам качества и сделает ДВФУ ярким, сильным, запоминающимся и узнаваемым брендом в среде знаний и инноваций.