



GUIDELINE

Руководство по использованию
логотипа и фирменного стиля

Содержание

ЛОГОТИП

Основний вид і колірне рішення логотипу

Монохромна версія логотипу

Охоронне поле логотипу

Мінімальний розмір логотипу

Кольорові рішення логотипу

Фірмові кольори

Недопустимі рішення використання логотипу

Основний фірмовий шрифт

Приклади брендування

4
4
4
6
6
8
10
12
14
16



Логотип

Основний вид і колірне рішення логотипу

Є основним графічним елементом корпоративного стилю

Форма і конфігурація кольорів — кращі варіанти для будь-яких застосувань при відсутності технологічних або виробничих обмежень. У нашому випадку логотип є монохромним

Колір відіграє важливу роль в цілісності сприйняття, і для його коректного відображення при друку, необхідно використовувати тільки тріадні фарби (СМУК)

Монохромна версія логотипу

Монохромна версія логотипу використовується у випадках, коли друк повноколірного варіанту не можливий за технологічними або виробничим обмеженням

Монохромна колірна схема складається з відтінків різної насиченості одного базового кольору



Охоронне поле логотипу

Вільний простір навколо фірмового блоку, емблеми або логотипу, в якому не повинно знаходитися жодних елементів дизайну, якщо тільки ці елементи дизайну не є фоном, а цей фон в свою чергу допускається правилами використання фірмового блоку. Для визначення охоронного поля використовується елемент логотипу). Це відносна величина, так як в абсолютних величинах (наприклад, міліметрах) охоронне поле вказувати не можна - охоронне поле повинно змінюватися пропорційно до розміру фірмового блоку

Мінімальний розмір логотипу

Щоб логотип був чітко видно на матеріалах всіх розмірів, ми розробили варіант логотипу спеціально для невеликих форматів. Мінімальний розмір логотипу визначається як 12,5 мм висоти і 50 мм ширини графічного написання логотипу.

Охоронне поле логотипу

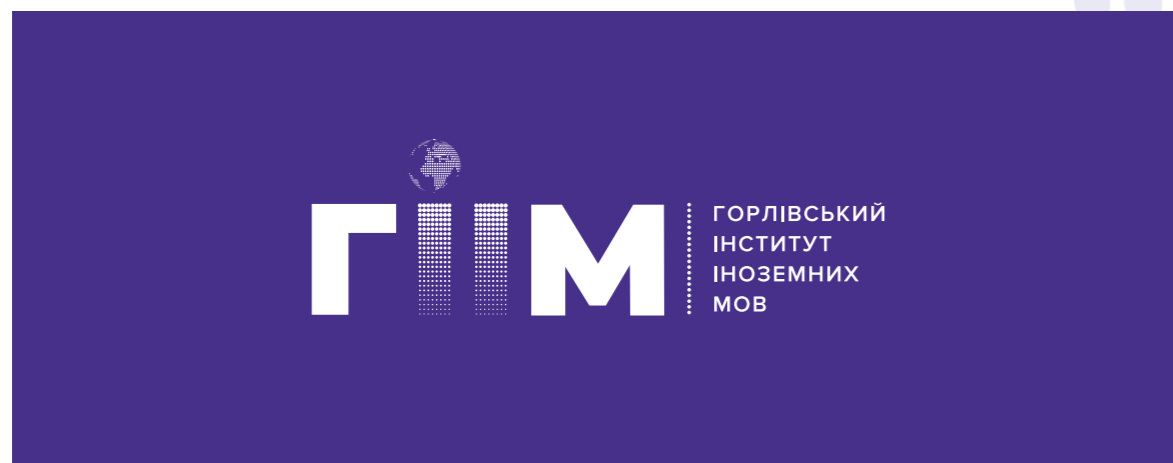


— елемент логотипу, яким ми визначаємо охоронне поле в залежності від розміру логотипу на носіях

Мінімальний розмір логотипу



Кольорові рішення логотипу



Фірмові кольори логотипу

Фірмові кольори — основа правильного способу бренду і його позиціонування на ринку. Рекомендується завжди використовувати оригінальні кольори логотипу

Pantone

Це стандартизована схема підбору кольору для певних умов друку на різних матеріалах, необхідна для того, щоб підсумковий результат вийшов згідно задуму. По можливості слід віддавати перевагу друку сумішевими фарбами по системі Pantone. Це дозволить максимально дотриматись точність передачі кольору

RGB

Метод створення кольорів з червоного, зеленого і синього кольору. RGB також іноді використовується при описі дисплея або монітора (RGB-дисплей). RGB одна з найбільш поширених колірних моделей. RGB — колірна модель, за якою будуються кольори на екрані

CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key color)

Схема формування кольору, яка використовується перш за все в поліграфії для стандартного триадного друку. Схема CMYK має порівняно з RGB менший колірний обсяг. CMYK — колірна модель, яка виступає основою формування зображення для друку

HEX

Позначення HEX використовується для правильної ідентифікації кольору за допомогою коду



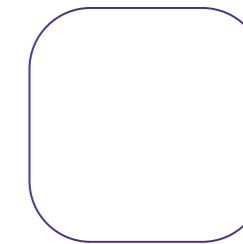
CMYK: 89.93.0.0
RGB: 69.59.151
HEX: 453B97
Pantone: 2104 C



CMYK: 66.59.0.0
RGB: 109.109.177
HEX: 6d6cb2
Pantone: 4122 C



CMYK: 28.27.0.0
RGB: 193.187.222
HEX: c1bbde
Pantone: 2092 C



CMYK: 0.0.0.0
RGB: 255.255.255
HEX: ffffff
Pantone: P 1-1 C

Неприпустимі варіанти

Для збереження впізнаваності, автентичності та відповідності логотипу фірмовому стилю слід уникати поширених помилок в його використанні. Неправильне використання символіки послаблює і розмиває послідовність і цілісність символіки

Не рекомендується:

- перефарбовувати окремі частини або весь лого в цілому;
- розтягувати фото;
- переставляти елементи;
- замінювати шрифт;
- додавати різні спецефекти, тіні, відблиски і т.д.;
- використання на складному тлі



Зміна пропорцій



Використання обводок



Додавання кута
скоса



Застосування ефектів, тіней, світіння



Використання на складному тлі



Зміна кольорів

Фірмовий шрифт

Фірмовий шрифт є важливим елементом фірмового стилю. Він використовується в діловій документації, рекламній та іншій фірмовій продукції. Основним шрифтом який використовуємо в фірмовому стилі є Montserrat

Шрифт грає важливу роль в позиціонуванні, відображає характер бренду і передає настрій комунікації кінцевого споживача

Використання фірмового шрифту формує правильні асоціації і довіру до бренду

При здачі макетів до друку, шрифти повинні бути переведені в криві

Montserrat ExtraBold

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**

АБВГДЕЄЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪ-
ЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъьэюя

0123456789!@#%&^*()=+/-

Montserrat Regular

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**

АБВГДЕЄЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъьэюя

0123456789!@#%&^*()=+/-

Montserrat Medium

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**

АБВГДЕЄЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪ-
ЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъьэюя

0123456789!@#%&^*()=+/-

Приклади брендування

Бренд – це більше, ніж просто реклама або вдалий маркетинг

Бренд – це в першу чергу те, що приходить на розум людині, коли він бачить або чує назву компанії

Наведені приклади брендування необхідні, щоб на їх основі можна було сформувавши правильний візуальний образ компанії

Брендувати можна практично будь-яку поверхню: починаючи з чашок, брелоків і до автомобіля. Такого роду підхід дозволяє закріпити в пам'яті споживачів назву і логотип компанії і підвищити популярність бренду



Фірмовий стиль



Ручка



Кружка



2021

Флаєр

2021



ГОРЛІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
АБИТУРІЄНТАМ

2021



Футболка



Білборд





ГОРЛІВСЬКИЙ
ІНСТИТУТ
ІНОЗЕМНИХ
МОВ