



УТВЕРЖДЕНО

приказом ректора

от ____ . ____ . ____ № ____

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ НИУ «БелГУ»

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление

1. Базовые элементы

- 1.1. Эмблема
 - 1.2. Фирменный блок
 - 1.3. Примеры недопустимого использования фирменного блока и его элементов
 - 1.4. Фирменные цвета
 - 1.5. Фирменные шрифты
 - 1.6. Флаг НИУ «БелГУ»
 - 1.7. Слоган НИУ «БелГУ»
 - 1.8. Стилеобразующие элементы
-

2. Деловая продукция

- 2.1. Фирменный бланк
 - 2.2. Визитная карточка
 - 2.3. Конверт Е65
 - 2.4. Конверт С4
 - 2.5. Бейдж
 - 2.6. Папка для документов
 - 2.7. Программа конференции
 - 2.8. Блокнот
 - 2.9. Блок для записей
-

3. Электронные материалы

- 3.1. Шаблон презентации
 - 3.2. Корпоративный гимн
-

4. Имиджевая продукция

- 4.1. Рекламные материалы (листовки, лифлеты, буклеты)
- 4.2. Баннер для пресс-конференций
- 4.3. Аэростат
- 4.4. Оптический диск
- 4.5. Поздравительный адрес
- 4.6. Поздравительная папка
- 4.7. Корпоративная открытка
- 4.8. Бланки почетной грамоты, благодарности и диплома
- 4.9. Ежедневник
- 4.10. Планинг
- 4.11. Календари
- 4.12. Блокнот для записей
- 4.13. Набор открыток
- 4.14. Закладка
- 4.15. Тетрадь на кольцах
- 4.16. Корпоративная шариковая авторучка
- 4.17. Флешь-накопитель
- 4.18. Пакет
- 4.19. Мужской вариант фирменной повседневной одежды – поло
- 4.20. Универсальная футболка
- 4.21. Толстовка
- 4.22. Бейсболка
- 4.23. Выпускные фотоальбомы и фотокниги
- 4.24. Кружки
- 4.25. Чай
- 4.26. Брелок, значок
- 4.27. Магниты
- 4.28. Коврик для манипулятора мышь
- 4.29. Настенные часы
- 4.30. Настольный флажок
- 4.31. Вывеска на дверь
- 4.32. Газета «Вести БелГУ»

Заключение

ВСТУПЛЕНИЕ

Настоящее руководство – свод единых правил презентации и идентификации бренда НИУ «БелГУ», его атрибутов. Оно определяет правила визуальной идентификации бренда, использования корпоративного (фирменного) стиля, регламентирует стилистические и цветовые решения.

Руководство необходимо для защиты визуального имиджа университета. Оно используется при разработке новых рекламных материалов, в документообороте, при создании новых продуктов (проектов) и т. д. Во всех видах деятельности НИУ «БелГУ», связанных с визуальной идентификацией, необходимо всегда сверяться с правилами, изложенными в настоящем руководстве. Так формируется и сохраняется общая стилистика визуальной идентификации бренда, создаются адекватные коммуникации, отвечающие единому духу НИУ «БелГУ».





1. Базовые элементы

1. Базовые элементы

1.1. Эмблема

Цветное начертание

В основу эмблемы были положены классические геральдические символы: французский геральдический щит (наиболее распространенный в российской геральдике); в зеленом поле щита – белый Пегас; вверху, над Пегасом – желтая семиконечная звезда и белая аббревиатура БелГУ; в нижнем поле щита (желтыми цифрами) обозначена дата основания вуза – 1876 год.

Цветовая гамма и символы эмблемы объединены единым идейно-графическим содержанием: так, зеленый цвет в геральдике символизирует обновление и отторжение отжившего, старого; белый – чистоту помыслов, желтый – благородство. Пегас является древнейшим символом творческого вдохновения, а семиконечная звезда олицетворяет стремление к совершенству. Символика цвета и основных фигур в поле щита отражает реальную сущность вуза.

Эмблема как элемент фирменного блока может использоваться для оформления сувенирной, имиджевой и др. продукции, кроме деловой документации.



Зеленый
PANTONE 356 C
C:88 M:8 Y:100 K:37
R:0 G:115 B:55
WEB # 04 72 35
6002
060



Белый
PANTONE White
C:0 M:0 Y:0 K:0
R:255 G:255 B:255
WEB # FF FF FF
9010
010



Желтый
PANTONE 109 C
C:0 M:13 Y:96 K:0
R:254 G:210 B:0
WEB # FE D2 00
1018
022



Черный
PANTONE Black
C:0 M:0 Y:0 K:100
R:0 G:0 B:0
WEB # 00 00 00
9005
070

1. Базовые элементы

1.1. Эмблема

Контурная эмблема

Основной вариант контурной эмблемы черно-белый. Используется при оформлении полиграфической продукции (фольгирование, тиснение, гравировка, монохромная печать), фирменного бланка (кроме документации, адресованной в вышестоящую организацию).



1. Базовые элементы

1.1. Эмблема

Контурная эмблема

Дополнительный вариант контурной эмблемы. Используется при оформлении сувенирной продукции (кружки, футболки, кепки).

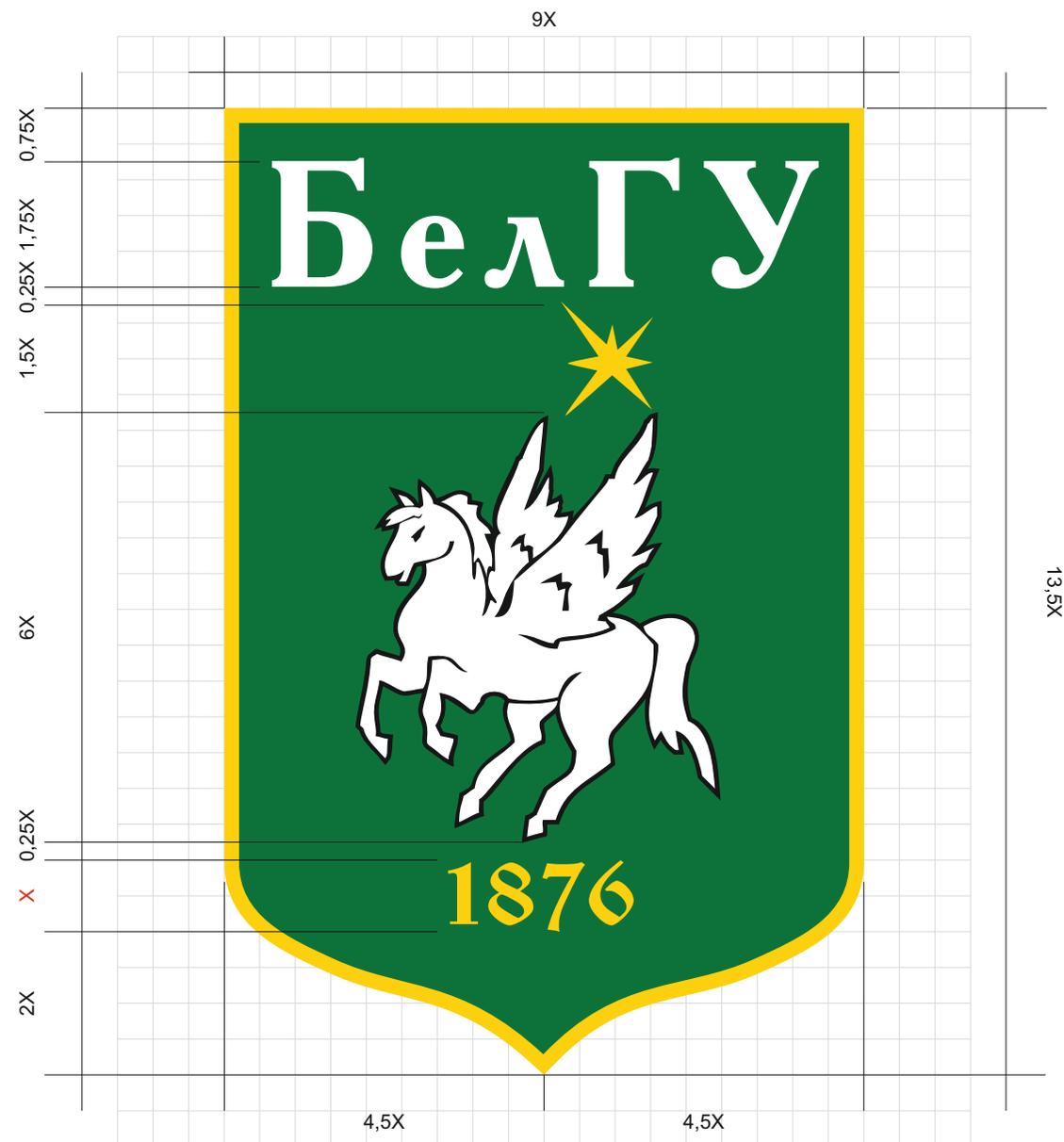


1. Базовые элементы

1.1. Эмблема

Построение по модульной сетке

За «х» принята высота надписи «1876» (дата основания университета).



1. Базовые элементы

1.2. Фирменный блок

Фирменный блок НИУ «БелГУ» состоит из эмблемы (уникального идентификационного графического элемента) и логотипа (уникального графического начертания названия учреждения) на русском и английском языках. Эмблема и логотип – это официальные знаки, которые являются основными узнаваемыми и идентифицирующими университет элементами фирменного стиля.

Правильное и аккуратное их использование поможет сохранить эти свойства основных идентификаторов и избежать неверной трактовки и возможных юридических накладок.

Фирменный блок может иметь полноцветное и монохромное начертания.

Недопустимо использование логотипа без эмблемы.



Б^{НИУ}БелГУ

**BELGOROD STATE
UNIVERSITY (BSU)**



Б^{НИУ}БелГУ

**BELGOROD STATE
UNIVERSITY (BSU)**

1. Базовые элементы

1.2. Фирменный блок

Построение по модульной сетке

Охранное поле (свободное пространство вокруг фирменного блока, эмблемы или логотипа, в котором не могут находиться никакие элементы дизайна) составляет 4x, но должно быть не менее 10 мм.



1. Базовые элементы

1.3. Примеры НЕДОПУСТИМОГО использования фирменного блока и его элементов

1. Недопустимо любое изменение цвета фирменного блока.
2. Недопустимо использование цветного герба при монохромной печати. Используется черно-белый вариант эмблемы (контурная эмблема).
3. Недопустимо наклонять эмблему и фирменный блок относительно линии горизонта.
4. Недопустимо данное использование фирменного блока.
5. Недопустимо какое-либо искажение фирменного блока (наклон, растягивание и т.д.).
6. Недопустимо использование эмблемы низкого качества.
7. Недопустимы также:
 - градиентная обводка зеленого блока;
 - абрис у надписей «БелГУ» и «1876»;
 - золотой абрис у элемента «Пегас».



1. Базовые элементы

1.3. Примеры НЕДОПУСТИМОГО использования фирменного блока и его элементов

8. Нельзя изменять пропорции эмблемы и текста фирменного блока относительно друг друга.

9. Запрещается использование других шрифтов в фирменном блоке.

10. Запрещается использовать в качестве фона к фирменному блоку желтый цвет, соответствующий фирменному цвету (см. далее), и схожие с ним.

11. Запрещается использовать в качестве фона к фирменному блоку зеленый цвет, соответствующий фирменному цвету (см. далее), и схожие с ним.

12. Нельзя использовать заливку элементов менее 100% и выносить одну из частей фирменного блока на передний план.

13. Запрещается использовать абрис, тень, свечение и другие эффекты при оформлении фирменного блока.

14. Недопустимо использование контрастных изображений в качестве фона для эмблемы.

15. Недопустимо использование логотипа на дробных фонах с четко выраженной текстурой, затрудняющей чтение логотипа.



1. Базовые элементы

1.4. Фирменные цвета

На приведенной схеме фирменная цветовая палитра представлена в нескольких основных цветовых 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-сайтах, презентациях, электронных ресурсах).

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.

Основные фирменные цвета

			
	Зеленый	Белый	Голубой
PANTONE Solid Coated	PANTONE 356 C	PANTONE White	PANTONE 3005 C
CMYK	C:88 M:8 Y:100 K:37	C:0 M:0 Y:0 K:0	C:86 M:46 Y:0 K:0
RGB	R:0 G:115 B:55	R:255 G:255 B:255	R:8 G:124 B:205
WEB	WEB # 04 72 35	WEB # FF FF FF	WEB # 08 7C CD
RAL	6002	9010	5015
ORACAL	060	010	084

Дополнительные фирменные цвета

				
	Бордовый	Нюд	Бежевый	Золотой
PANTONE Solid Coated	PANTONE 704 C	PANTONE 7508 C	PANTONE 7506 C	PANTONE 7510 C
CMYK	C:7 M:100 Y:100 K:35	C:9 M:24 Y:22 K:3	C:7 M:12 Y:28 K:0	C:10 M:35 Y:75 K:13
RGB	R:160 G:0 B:22	R:229 G:193 B:131	R:240 G:223 B:193	R:210 G:152 B:68
WEB	WEB # A2 1C 10	WEB # E5 C1 83	WEB # F0 DF C1	WEB # CF 95 40
RAL	3011	9001	9001	1004
ORACAL	026	082	082	091

1. Базовые элементы

1.5. Фирменные шрифты

Основной фирменный шрифт

В качестве наборного шрифта для деловой документации и полиграфической продукции всегда используется гарнитура Constantia. Если это невозможно, то допускается использование гарнитур Arial и Times New Roman.

При наборе больших массивов текста используют обычное или легкое начертание, а для выделения смысловых блоков и заголовков – полужирное.

Constantia. Основной фирменный шрифт

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#N°\$%&*()

Constantia regular

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#N°\$%&*()*

Constantia italic

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#N°\$%&*()**

Constantia bold

***AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#N°\$%&*()***

Constantia bold italic

1. Базовые элементы

1.5. Фирменные шрифты

Дополнительные шрифты

Arial, Times New Roman. Дополнительные шрифты

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#№\$%&*()

Arial regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#№\$%&*()

Arial bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#№\$%&*()

Arial narrow

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#№\$%&*()

Times New Roman regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpRrSsTtUuVvWwXxYyZz
АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя 1234567890!;@#№\$%&*()

Times New Roman bold

1. Базовые элементы

1.5. Фирменные шрифты

Декоративные шрифты

В качестве декоративных используются шрифты Andantino script, Ekaterina Velikaya Two.

Andantino script применяется только для оформления слогана университета.

Ekaterina Velikaya Two применяется для оформления крупных цифр в некоторых локальных текстах.

НИКОГДА НЕ ПРИМЕНЯТЬ

для набора основного текста, для заголовков и подзаголовков в основном тексте.

Andantino script, Ekaterina Velikaya Two. Декоративные шрифты

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Аа Бб Сс Дд Ее Ёё Жж Зз Уу Уү Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Уү
Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890!

Andantino script

1234567890

Ekaterina Velikaya Two

1. Базовые элементы

1.6. Флаг НИУ «БелГУ»

Используется в качестве символики.



1. Базовые элементы

1.7. Слоган НИУ «БелГУ»

Слоган НИУ «БелГУ» используется преимущественно при оформлении имиджевой и сувенирной продукции.

Для оформления слогана университета используются шрифты Constantia и Andantino script.

Понятие «слоган» (sluagh-ghairm) восходит к галльскому языку и означает «боевой клич». Цель слогана – вызвать положительные эмоции у потребителя по отношению к имиджу компании, продукту или услуге и впоследствии привлечь его как клиента.

Слоган НИУ «БелГУ» направлен на созидание имиджа университета, который развивается в ногу со временем благодаря каждому члену его многотысячного коллектива.

При оформлении шрифта слогана допускается 3 цветовых решения. Он может быть:

- 1) бордовым,
- 2) белым,
- 3) черным.

Фон слогана должен гармонировать с цветом шрифта.



Сохраним лучшее!
Приумножим достигнутое!
Сделаем это вместе!

*Сохраним лучшее!
Приумножим достигнутое!
Сделаем это вместе!*

1. Базовые элементы

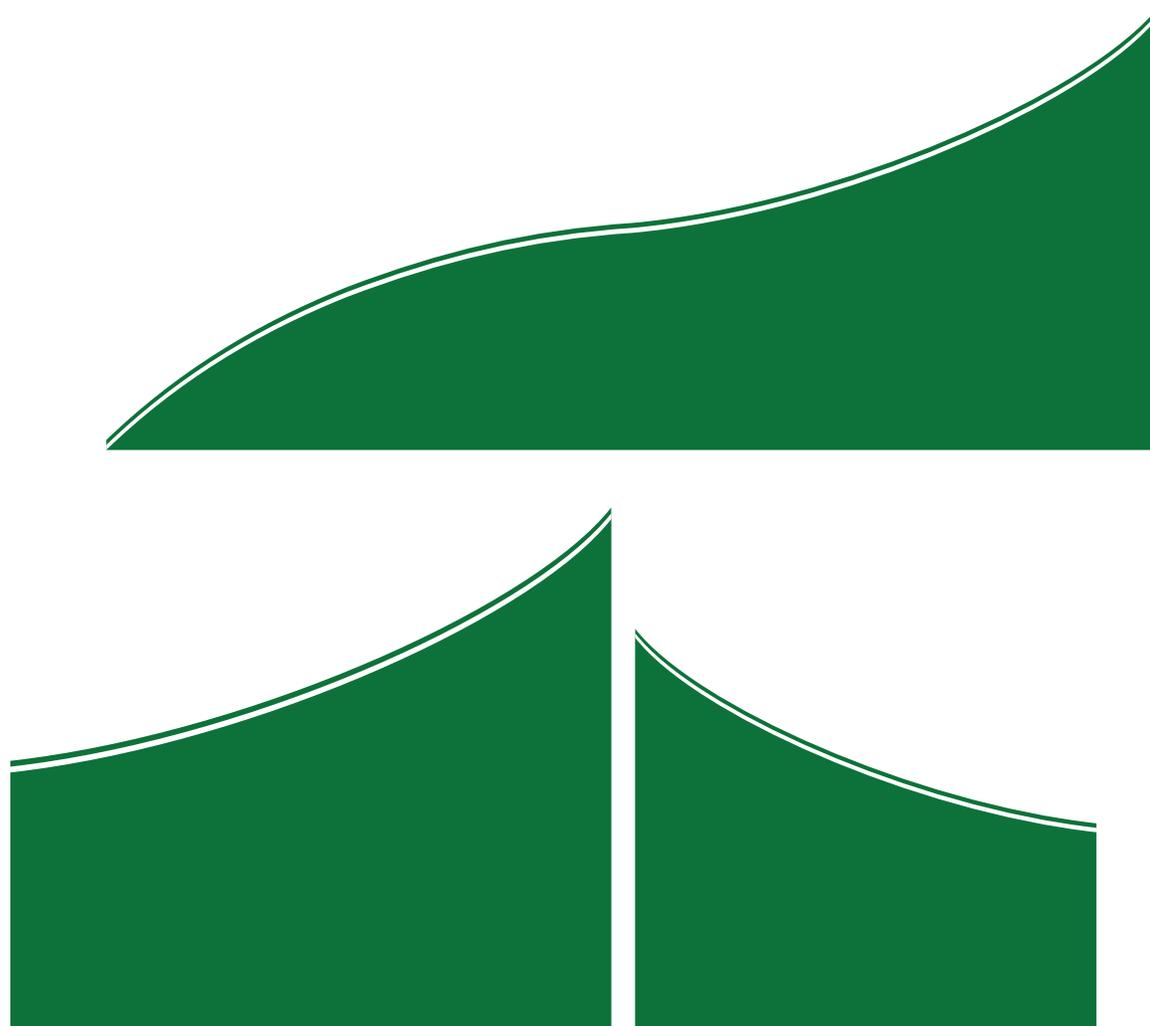
1.8. Стилеобразующие элементы

С целью лучшей узнаваемости фирменного стиля НИУ «БелГУ» на различных носителях используются следующие дополнительные стильобразующие элементы.

1. «Абстрактный элемент» в фирменном зеленом цветовом решении.

На этот элемент не распространяются жесткие правила масштабирования. В макетах могут использоваться любые его конфигурации или элементы, построенные по аналогичному принципу.

1.



1. Базовые элементы

1.8. Стилеобразующие элементы

2. «Элемент дополнительной информации» в фирменном зеленом цветовом решении.

На него не распространяются жесткие правила масштабирования. В макетах могут использоваться любые его конфигурации или элементы, построенные по аналогичному принципу.

3. «Разделительный элемент» в фирменном зеленом цветовом решении.

2.

www.bsu.edu.ru

ИД «Белгород»

3.

1. Базовые элементы

1.8. Стилеобразующие элементы

4. «Фото 12 корпуса НИУ «БелГУ» является основным стилеобразующим элементом, поддерживающим узнаваемый визуальный стиль НИУ «БелГУ».

Он может использоваться в любых маркетинговых и рекламных материалах (рекламных макетах, полиграфических материалах, сувенирной продукции и др.)



4.

1. Базовые элементы

1.8. Стилеобразующие элементы

5. Дополнительный стилеобразующий элемент «монохромная графика» подчеркивает статус НИУ «БелГУ» как классического университета с его многолетней историей.

Данный стилеобразующий элемент имеет один цветовой вариант воспроизведения: черное начертание на фоне цвета нюд. Цвет нюд (nude) символизирует благополучие, открытость, честность, принципиальность, уважение к другим. Нюд использовался в стиле ампир («имперский» стиль), одном из самых возвышенных стилей, возникших в период правления Наполеона I (первая половина XIX в.).

Элемент «монохромная графика» является дополнительным, поэтому не подчиняется жестким правилам масштабирования. В макетах могут использоваться любые его конфигурации или элементы, построенные по аналогичному принципу.



5.

1. Базовые элементы

1.8. Стилеобразующие элементы

6. Дополнительный стилеобразующий элемент «фоторяд» включает в себя фотографии, которые используются для оформления маркетинговых и рекламных материалов как порознь, так и все вместе в строго определенной последовательности.

В качестве фона используется дополнительный фирменный золотой цвет. Обрамляется «фоторяд» линиями дополнительного фирменного бордового цвета.

Фото элементов кампуса НИУ «БелГУ» символизируют динамику, прогресс, современность бренда, его выход на новый уровень развития. Фотографии новых объектов кампуса НИУ «БелГУ» при необходимости могут дополнять «фоторяд».



6.

1. Базовые элементы

1.8. Стилеобразующие элементы

7. «Декоративный золотой элемент».

На него не распространяются жесткие правила масштабирования. В макетах могут использоваться любые его конфигурации или элементы, построенные по аналогичному принципу. Данный элемент используется преимущественно при оформлении имиджевой продукции.

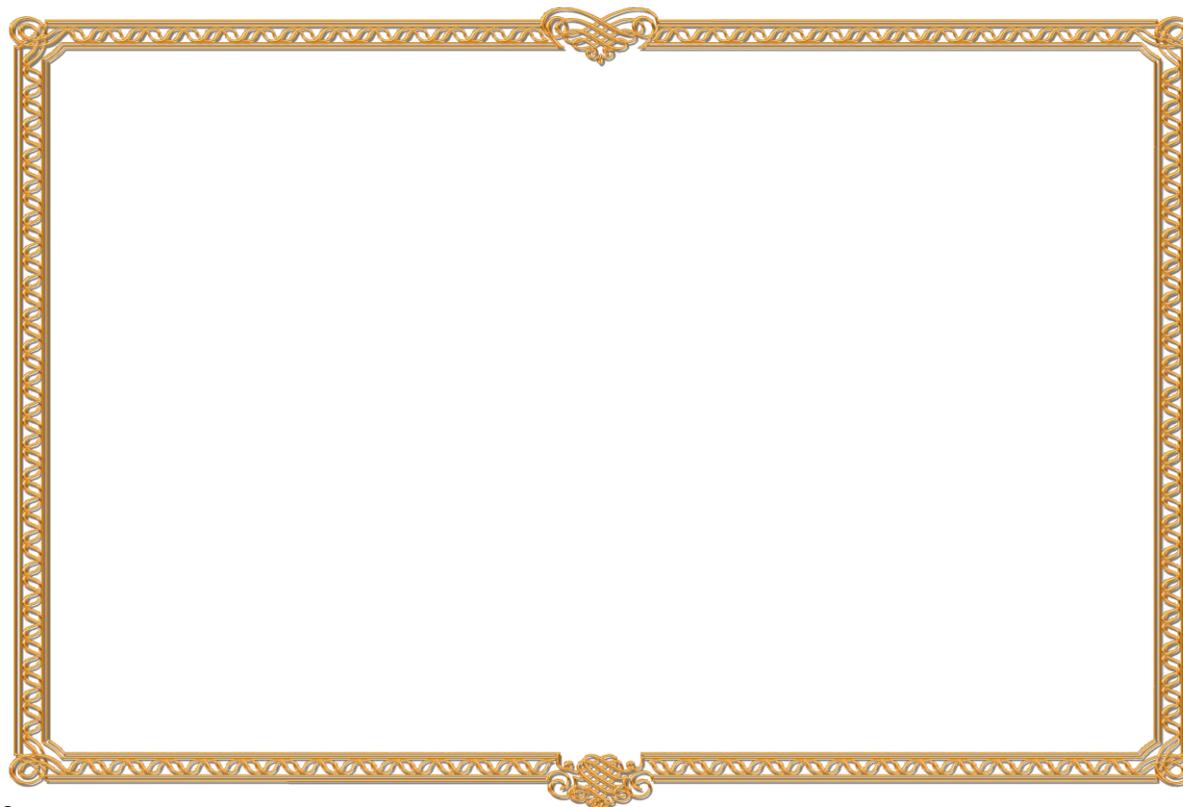


1. Базовые элементы

1.8. Стилеобразующие элементы

8. «Золотая рамка».

На него не распространяются жесткие правила масштабирования. В макетах могут использоваться любые его конфигурации или элементы, построенные по аналогичному принципу. Данный элемент используется преимущественно при оформлении имиджевой продукции.



8.

2. Деловая продукция

2. Деловая продукция

2.1. Фирменный бланк

Бланк с монохромным фирменным блоком используется для оформления исходящей документации, отправляемой по факсу.

В фирменный бланк ЗАПРЕЩАЕТСЯ вносить изменения.

БелГУ
НИУ
БелГУ
BELGOROD STATE
UNIVERSITY (BSU)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

№ _____
На _____ № от _____

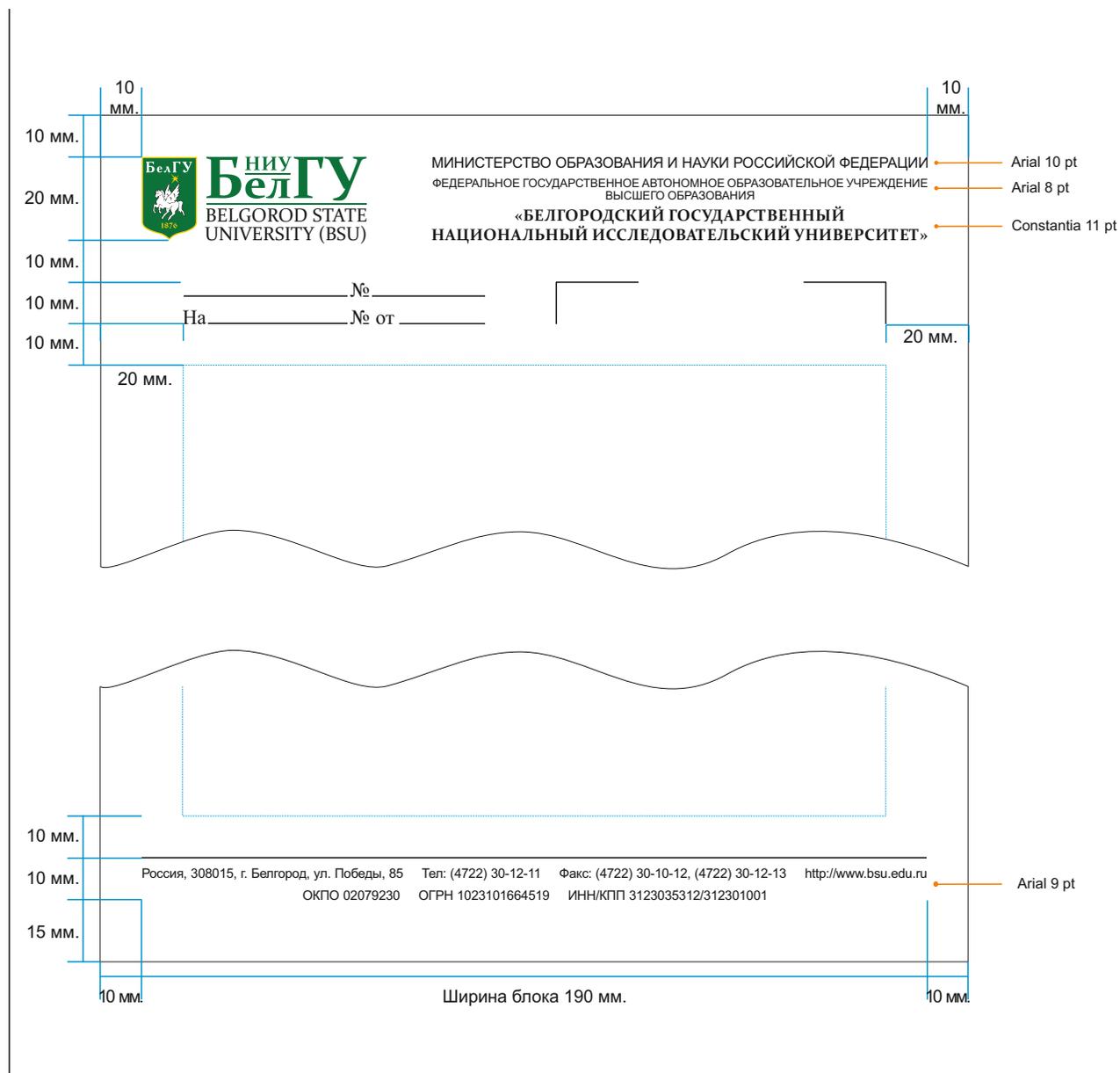
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85 Тел: (4722) 30-12-11 Факс: (4722) 30-10-12, (4722) 30-12-13 <http://www.bsu.edu.ru>
ОКПО 02079230 ОГРН 1023101664519 ИНН/КПП 3123035312/312301001

Россия, 308015, г. Белгород
ОКПО 02079230 ОГРН 1023101664519 ИНН/КПП 3123035312/312301001

2. Деловая продукция

2.1. Фирменный бланк

Построение фирменного бланка



2. Деловая продукция

2.2. Визитная карточка

Формат: 90 x 50 мм.

Бумага: белая, 300 г/м2.

Для изготовления визитных карточек членам ректората допускается использовать дизайнерскую бумагу «SHINE BEIGE» 240 г/м2.



2. Деловая продукция

2.2. Визитная карточка

Пример использования



2. Деловая продукция

2.2. Визитная карточка

Построение визитной карточки

Информация, представленная на визитной карточке, разбивается на несколько обязательных блоков:

1. **Наименование структурного подразделения.**

2. **Именной блок (Ф.И.О.).** Фамилия оформляется заглавными буквами, имя и отчество строчными, но начинаются с заглавных.

3. **Должностной блок.** Указываются занимаемая в НИУ «БелГУ» должность, ученая степень, ученое звание.

4. **Адресный блок.** Указывается почтовый адрес подразделения.

5. **Контактная информация.** Указываются номера основного контактного телефона (должен стоять первым), сотового мобильного телефона и факса. Обязательным требованием является указание электронной почты и web-адреса. При этом ставить перед адресами слова «e-mail» и «web» не обязательно.

Расположение именного блока и блока контактной информации может варьироваться в пределах шаблона визитной карточки.

	www.bsu.edu.ru
2.	1.
	3.
4.	5.

2. Деловая продукция

2.3. Конверт E65

Конверт E65 – европейского стандарта. В него помещается лист формата A4, сложенный втрое, или лист формата A5, сложенный пополам. Конверты E65 используются как для деловой переписки, так и для отправки простых писем.

Формат: 220 x 110 мм.

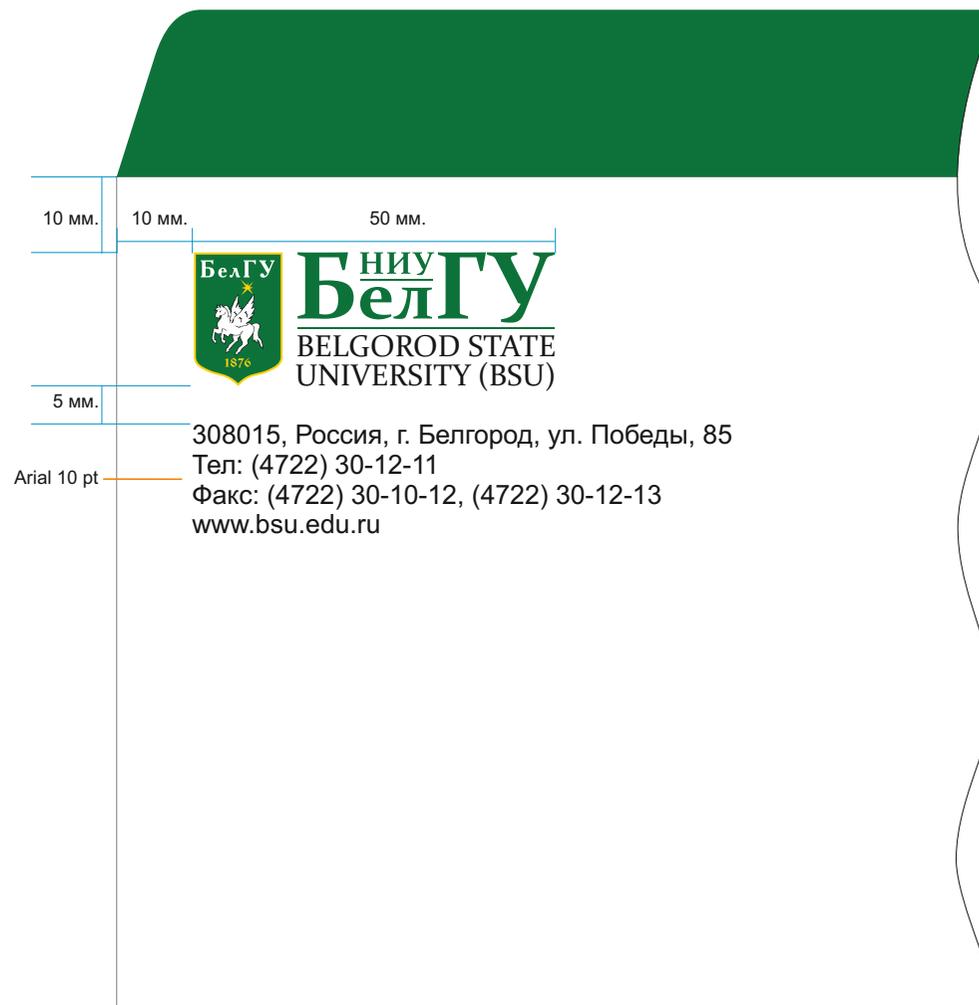


308015, Россия, г. Белгород, ул. Победы, 85
Тел: (4722) 30-12-11
Факс: (4722) 30-10-12, (4722) 30-12-13
www.bsu.edu.ru

2. Деловая продукция

2.3. Конверт Е65

Построение конверта



2. Деловая продукция

2.4. Конверт С4

Конверт С4 – самый распространенный из конвертов больших форматов. В него помещаются многостраничные вложения формата А4.

Формат: 324 x 229 мм.

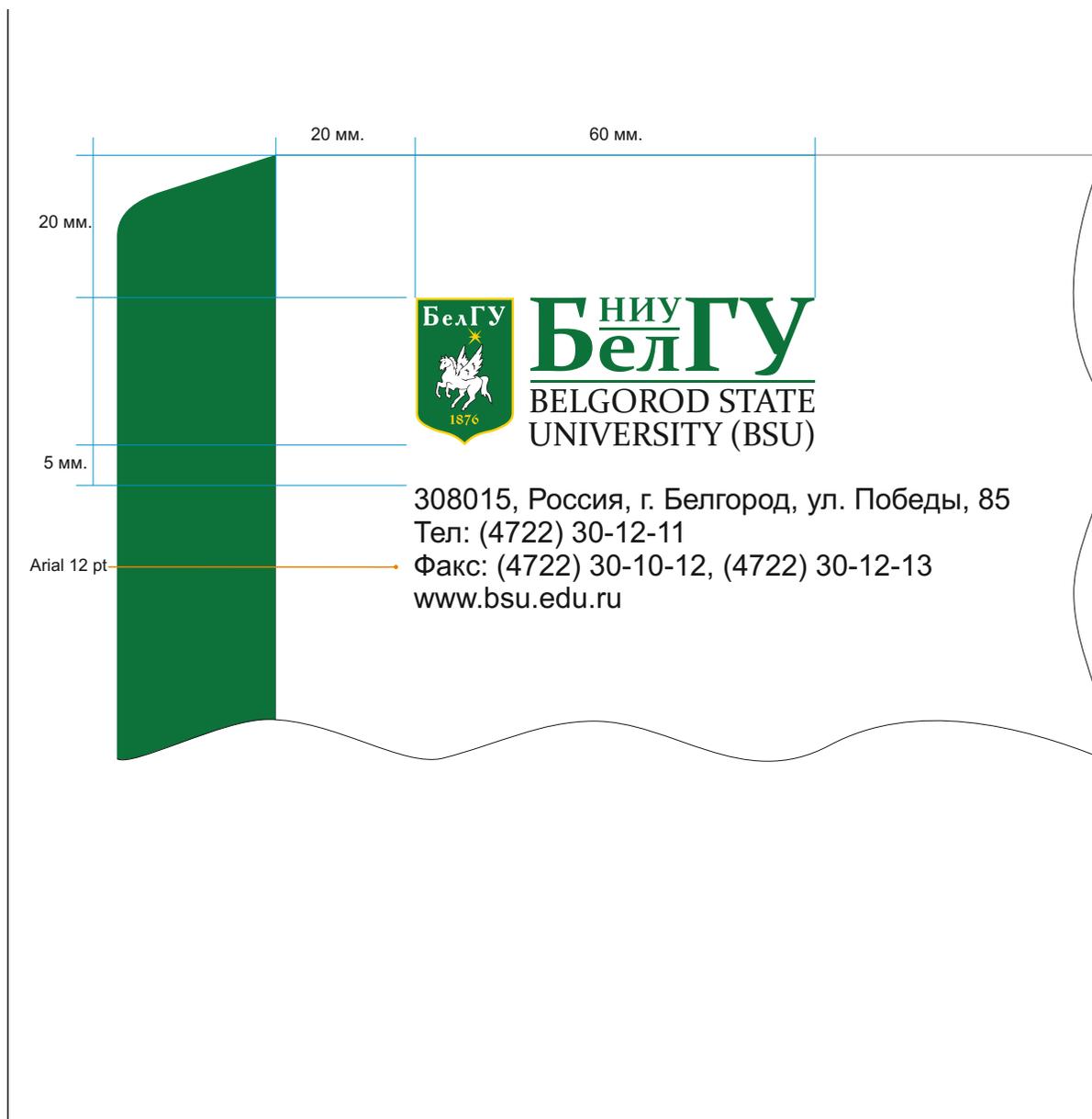


308015, Россия, г. Белгород, ул. Победы, 85
Тел: (4722) 30-12-11
Факс: (4722) 30-10-12, (4722) 30-12-13
www.bsu.edu.ru

2. Деловая продукция

2.4. Конверт С4

Построение конверта



2. Деловая продукция

2.5. Бейдж

Формат: 85 x 55 мм.
Бумага: белая, 80 г/м².

Корпоративный бейдж состоит из следующих блоков:

1. **Эмблема.** Размер и расположение её не меняются. Использование дополнительных эмблем запрещено.

2. **Наименование организации.** Дополнительно можно использовать название структурного подразделения / факультета / института.

3. **Именной блок** – имя, отчество, фамилия. Дополнительно разрешается указать должность, ученую степень, ученое звание владельца бейджа.

4. **Название мероприятия.**

Расположение именного блока и названия мероприятия может варьироваться в пределах шаблона бейджа.



2. Деловая продукция

2.6. Папка для документов

Размер папки – 212 x 300 мм.

Толщина корешка папки – 5 мм.

Прорези под визитную карточку – 90x50 мм.



2. Деловая продукция

2.7. Программа конференции

Документационное сопровождение конференций (материалы конференции, обложка сборника материалов конференции, раздаточные материалы, папки, конверты, программы, блокноты, презентации и др.) оформляется в едином корпоративном стиле.



2. Деловая продукция

2.7. Программа конференции

Обложка

Обложка программы конференции состоит из 4 информационных блоков:

1. Наименование вышестоящей организации, подведомственное учреждение которой является ответственным за проведение мероприятия (наименование организации указывается полностью).

2. Фирменный блок организации, на территории которой проходит мероприятие.

3. Фирменный блок организации-партнера.

4. Название мероприятия с указанием сроков его проведения.

5. Год проведения мероприятия.



2. Деловая продукция

2.8. Блокнот

Бумажный блокнот для записей используется как раздаточный материал на конференциях, выставках, семинарах и других мероприятиях.

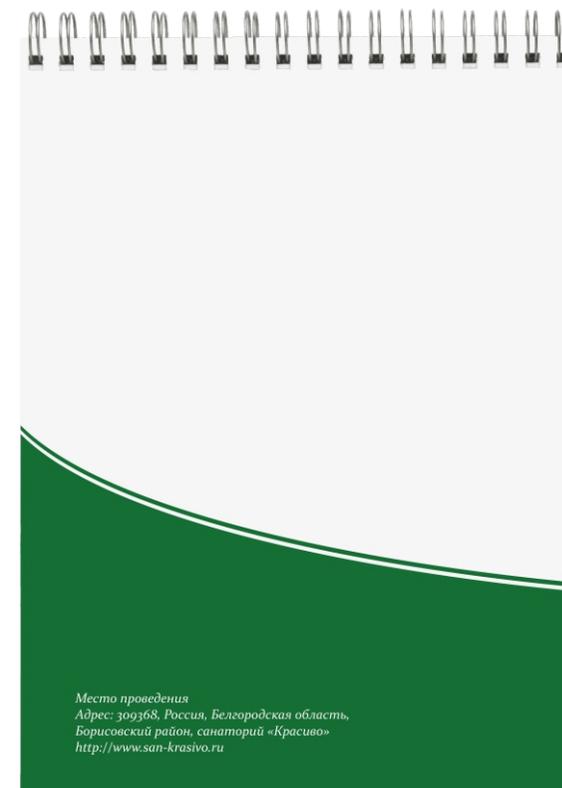
Формат блокнота: А5, А6.

Объем: 24 - 96 листов.

1. Передняя сторона блокнота



2. Обратная сторона блокнота



2. Деловая продукция

2.8. Блокнот

Построение блокнота

Обложка блокнота состоит из 4 информационных блоков:

1. Фирменный блок организации, на территории которой проходит мероприятие.
2. Фирменный блок организации-партнера.
3. Название мероприятия.
4. Блок контактной информации. Указывается адрес места проведения мероприятия и адрес электронного ресурса, посвященного мероприятию.



2. Деловая продукция

2.9. Блок для записей



3. Электронные материалы

3. Электронные материалы

3.2. Корпоративный гимн

Корпоративный гимн – торжественная песня, прославляющая и восхваляющая НИУ «БелГУ», укрепляющая корпоративный дух, позиционирующаяся как официальный символ университета наряду с уставом, флагом, эмблемой и логотипом. Гимн используется в основном на официальных торжественных мероприятиях НИУ «БелГУ» в целях повышения престижа бренда и поддержки корпоративного духа.

Текст гимна может использоваться для оформления имиджевой продукции.

Здравствуй, светлой юности рассвет,
Белгородский университет!
Робкими студентами приходим мы сюда,
Чтобы пронести через года.

Припев:

Науки свет, надежды свет,
Его прекрасней и дороже в мире нет.
Вопрос – ответ,
Живи сто лет,
Наш любимый Белгородский университет.

Сколько людям делают добра
Мудрые твои профессора,
И преподаватели порой не спят ночей,
И все ярче свет твоих лучей.

Жизнь у нас у каждого своя,
Университетские друзья,
Но нельзя никак забыть среди забот других
Свет воспоминаний дорогих.

Слова Виталия Щиголева, музыка Александра Мосиенко.
Исполнители: Вика Губанова, Александр Мосиенко.
Звукорежиссер: Валерий Губанов.

4. Имиджевая продукция

4. Имиджевая продукция

4.1. Рекламные материалы

Рекламные буклеты несут информацию, формирующую позитивный имидж НИУ «БелГУ». Могут быть нескольких форматов: лифлеты, листовки, брошюры форматов А5, А4.

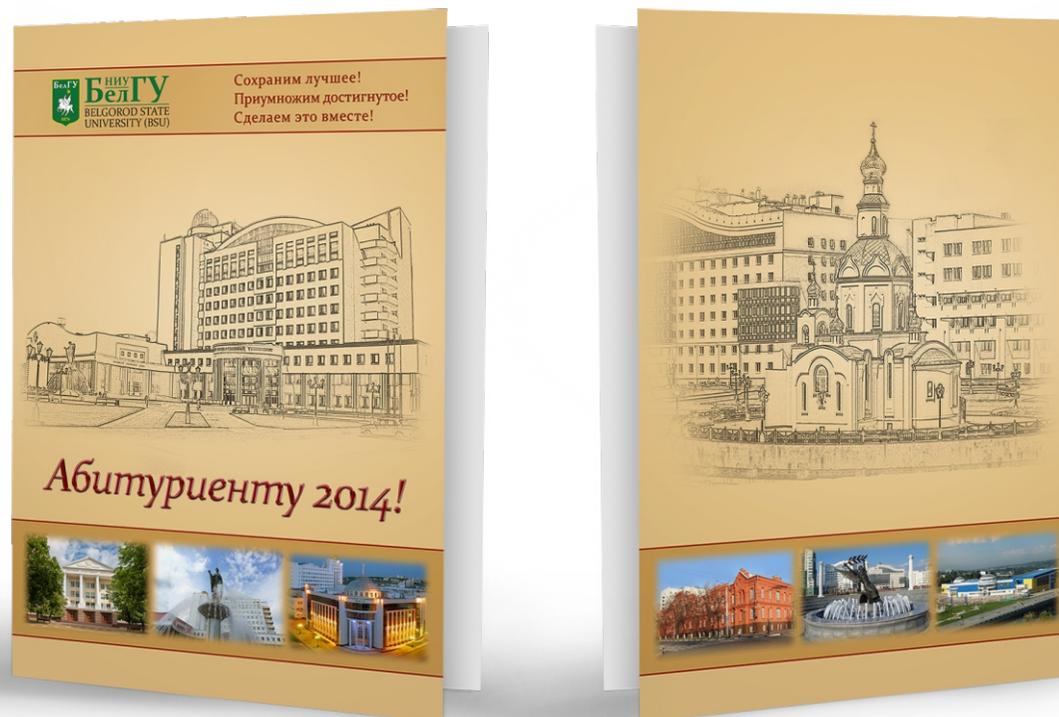
Пример лифлета



4. Имиджевая продукция

4.1. Рекламные материалы

Пример обложки брошюры



4. Имиджевая продукция

4.2. Баннер для пресс-конференций



4. Имиджевая продукция

4.3. Аэростат



4. Имиджевая продукция

4.4. Оптический диск

Оптический printable диск с рекламным фильмом о НИУ «БелГУ» содержит как презентационный, так и рекламный материалы.

Printable диск – это DVD-носитель, поддерживающий технологию нанесения изображения на диск с помощью принтера.

DVD-диск помещается в пластиковую коробку 142x124 с обложкой, оформленной в корпоративном стиле.



4. Имиджевая продукция

4.5. Поздравительный адрес

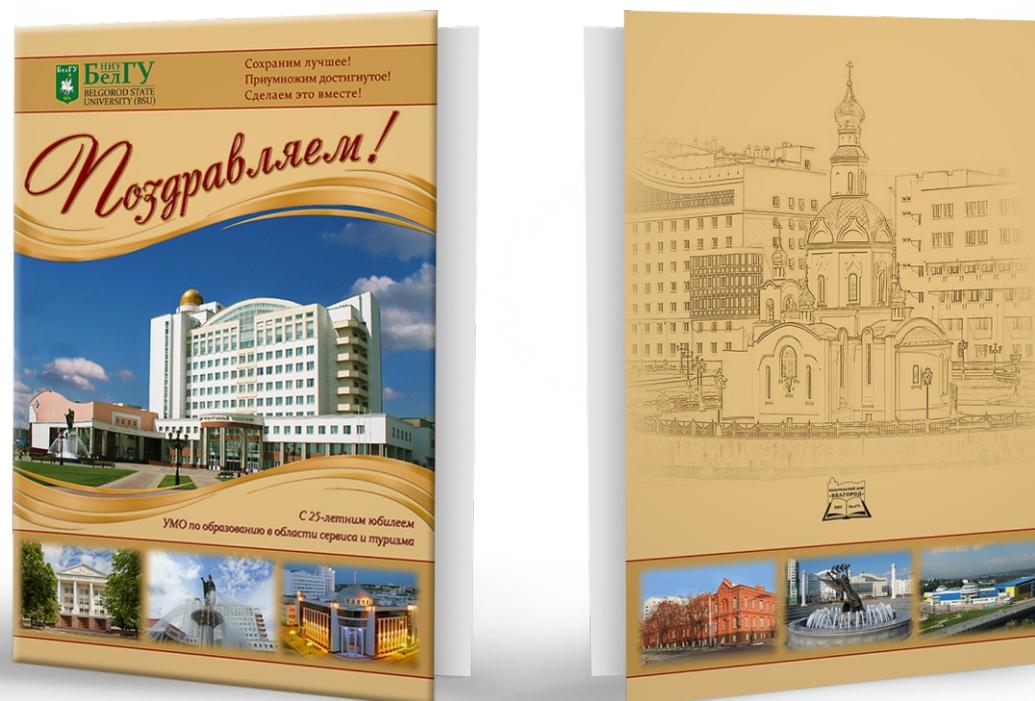
Бланк поздравительного адреса печатается на белой бумаге 250 г/м² формата А3 без наименования вида документа. Он содержит реквизиты адресата, в том числе полное наименование должности чествуемого в дательном падеже. В формуле вежливости употребляется слово «уважаемый» (за исключением священнослужителей). Поздравительный адрес помещается в рамку под стеклом (30х40).



4. Имиджевая продукция

4.6. Поздравительная папка

Поздравительная папка формата А4 с вкладышем формата А3 в твердом переплете оформляется для поздравления организаций и учреждений с торжественными событиями.

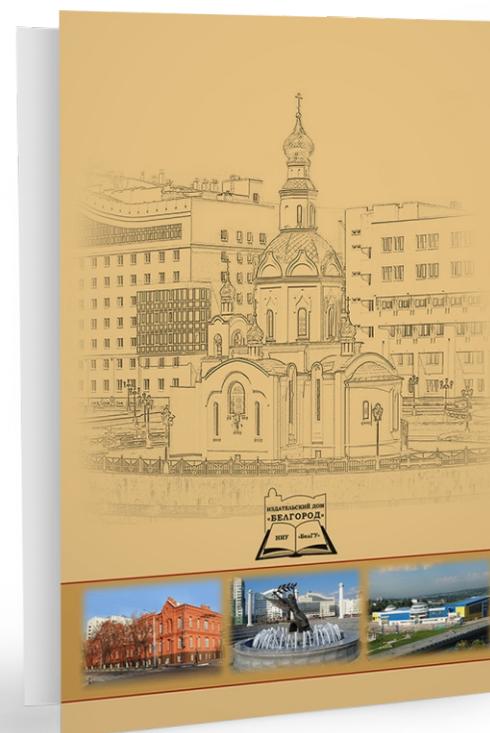
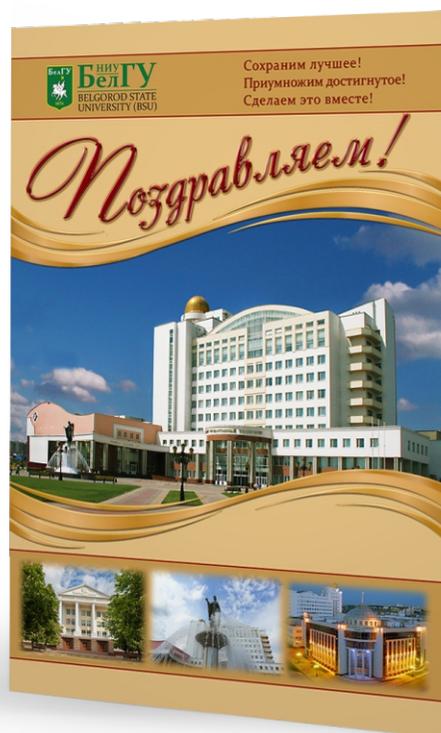


4. Имиджевая продукция

4.7. Корпоративная открытка

Корпоративная открытка состоит из базового и вариативного блоков.

В вариативный блок входят текстовый и графический модули, которые меняются в соответствии со стилистикой мероприятия.



4. Имиджевая продукция

4.8. Бланки почетной грамоты, благодарности и диплома

Печатаются на белой бумаге 250 г/м² формата А4. Почетные грамоты, благодарности и дипломы содержат наименование вида документа. Имена адресатов почетных грамот и дипломов оформляются в именительном падеже, благодарностей – в дательном падеже.

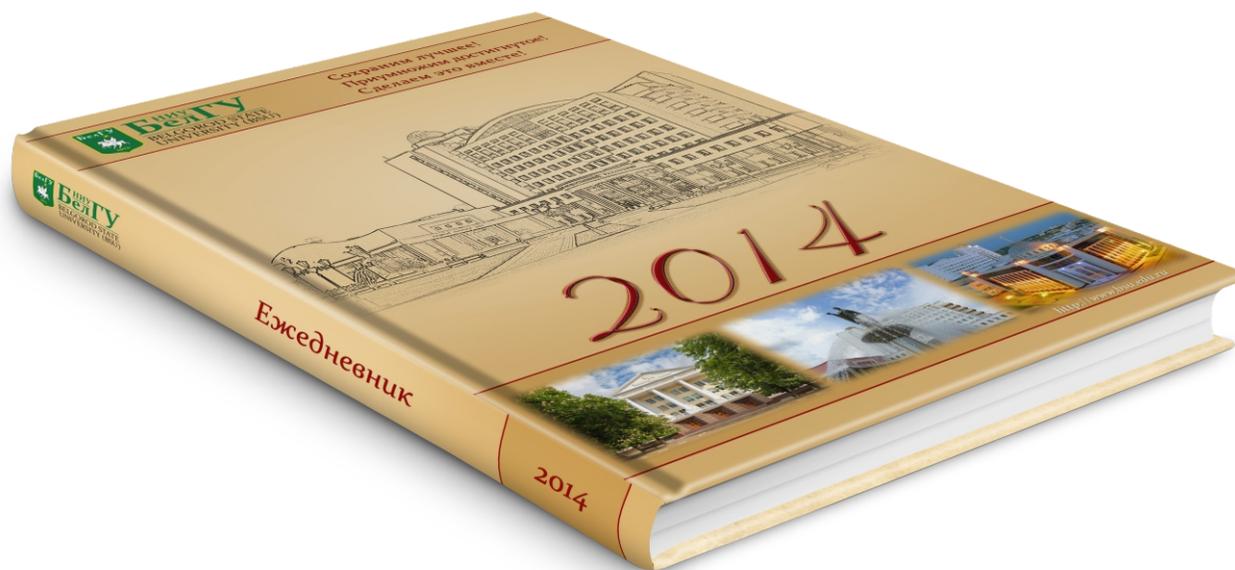


4. Имиджевая продукция

4.9. Ежедневник

Ежедневник – блокнот, предназначенный для ежедневного ведения записей о делах, связанных с ежедневной деятельностью работника или университета.

Корпоративные ежедневники бывают двух видов: датированные или недатированные формата А5 в твердом переплете.



4. Имиджевая продукция

4.10. Планинг

Планинг представляет собой специальный деловой аксессуар, применяющийся, как правило, для различного рода заметок. В планинг заносятся даты планирующихся встреч, повседневные задачи и планы как на ближайшее, так и на более отдаленное будущее. Используемый за рабочим столом, планинг существенно облегчает постоянный систематический контроль всех важных текущих вопросов.

Корпоративный планинг может быть датированным и недатированным, выполняется в переплете на металлической пружине с твердыми крышками (формат 305 x120).

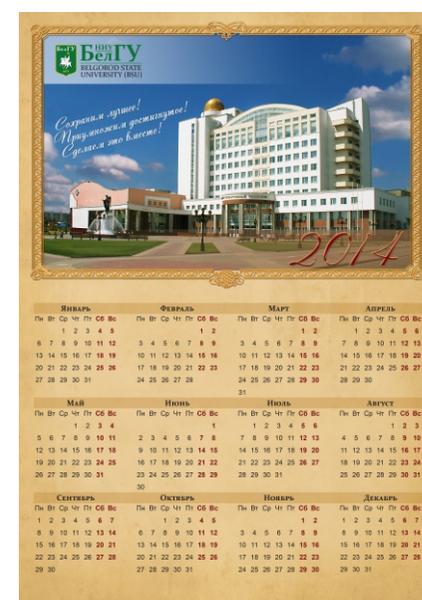


4. Имиджевая продукция

4.11. Календари

Виды корпоративных календарей:

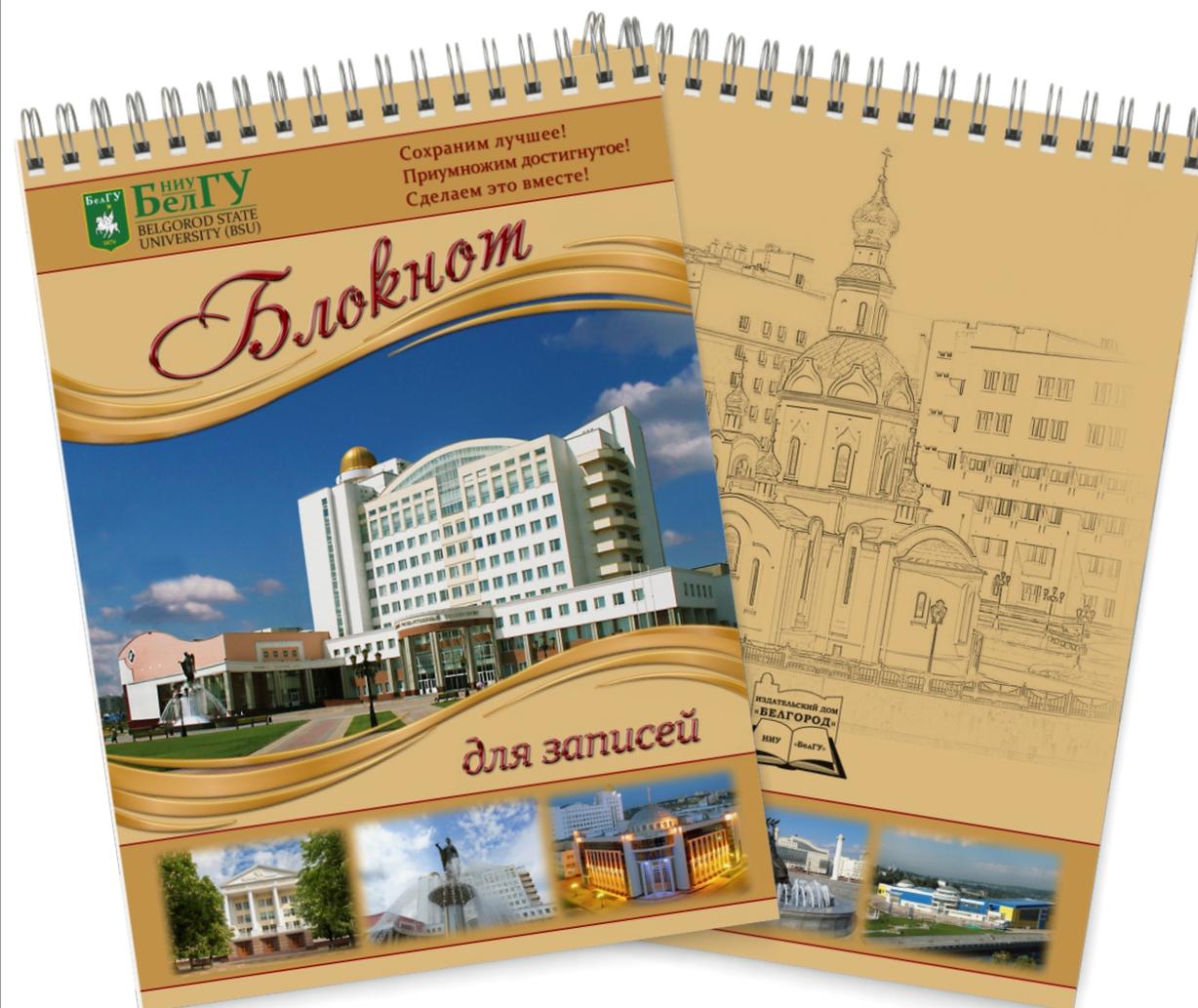
- квартальный;
- настенный (форматов А3, А2, А1);
- карманный (формата 70x100);
- календарь-домик.



4. Имиджевая продукция

4.12. Блокнот для записей

Бумажный блокнот для записей используется как раздаточный материал на конференциях, выставках, семинарах и других мероприятиях.



4. Имиджевая продукция

4.13. Набор открыток

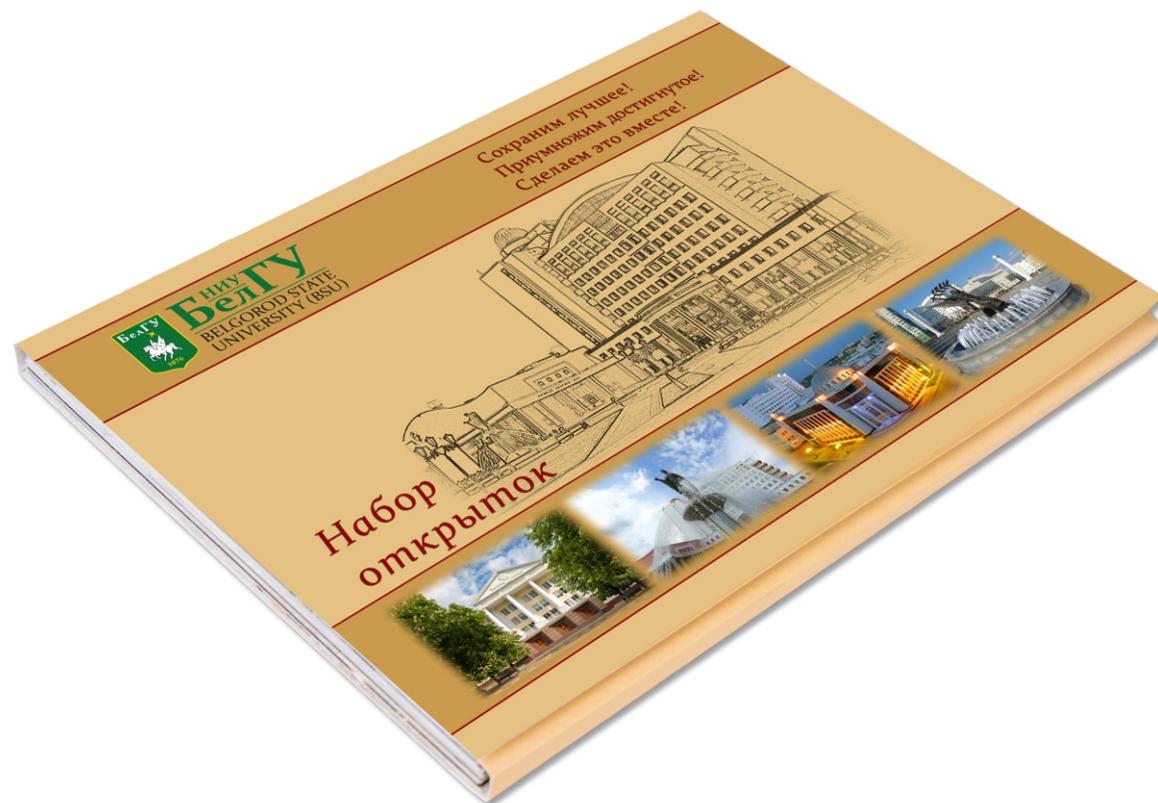
Один из жанров познавательной печатной продукции – наборы тематических открыток. Корпоративные наборы открыток могут быть посвящены любым сферам деятельности НИУ «БелГУ», содержать не более 18 наименований.

Формат открыток – А6.

Плотность бумаги – 300 г/м², без ламинации.

Печать двусторонняя (лицевая – полноцвет, обратная – монохром).

Обложка набора открыток выполнена в корпоративном стиле на мелованной бумаге.



4. Имиджевая продукция

4.14. Закладка

БелГУ
НИУ
БелГУ
BELGOROD STATE
UNIVERSITY (BSU)

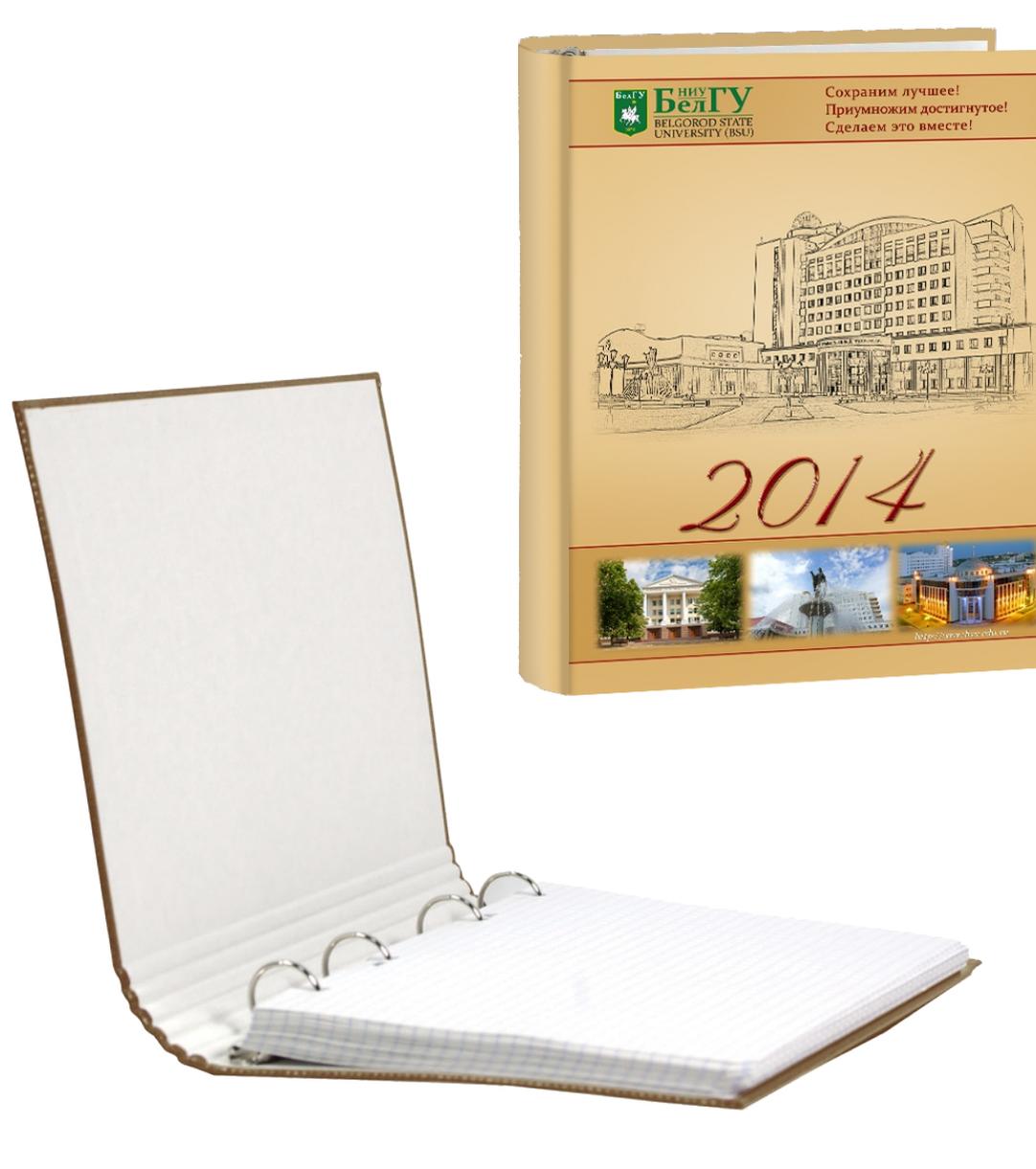
Сохраним лучшее!
Приумножим достигнутое!
Сделаем это вместе!

2014

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																
Январь			Февраль			Март			Апрель			Май			Июнь																			
Пн	6	13	20	27	Пн	3	10	17	24	Пн	3	10	17	24	31	Пн	7	14	21	28	Пн	5	12	19	26	Пн	2	9	16	23	30			
Вт	7	14	21	28	Вт	4	11	18	25	Вт	4	11	18	25	Вт	1	8	15	22	29	Вт	6	13	20	27	Вт	3	10	17	24				
Ср	1	8	15	22	29	Ср	5	12	19	26	Ср	5	12	19	26	Ср	2	9	16	23	30	Ср	7	14	21	28	Ср	4	11	18	25			
Чт	2	9	16	23	30	Чт	6	13	20	27	Чт	6	13	20	27	Чт	3	10	17	24	31	Чт	1	8	15	22	29	Чт	5	12	19	26		
Пт	3	10	17	24	31	Пт	7	14	21	28	Пт	7	14	21	28	Пт	4	11	18	25		Пт	2	9	16	23	30	Пт	6	13	20	27		
Сб	4	11	18	25		Сб	1	8	15	22	Сб	1	8	15	22	Сб	5	12	19	26		Сб	3	10	17	24	31	Сб	7	14	21	28		
Вс	5	12	19	26		Вс	2	9	16	23	Вс	2	9	16	23	Вс	6	13	20	27		Вс	4	11	18	25		Вс	1	8	15	22	29	
Июль			Август			Сентябрь			Октябрь			Ноябрь			Декабрь																			
Пн	7	14	21	28	Пн	4	11	18	25	Пн	1	8	15	22	29	Пн	6	13	20	27	Пн	3	10	17	24	Пн	1	8	15	22	29			
Вт	1	8	15	22	29	Вт	5	12	19	26	Вт	2	9	16	23	30	Вт	7	14	21	28	Вт	4	11	18	25	Вт	2	9	16	23	30		
Ср	2	9	16	23	30	Ср	6	13	20	27	Ср	3	10	17	24	Ср	1	8	15	22	29	Ср	5	12	19	26	Ср	3	10	17	24	31		
Чт	3	10	17	24	31	Чт	7	14	21	28	Чт	4	11	18	25	Чт	2	9	16	23	30	Чт	6	13	20	27	Чт	4	11	18	25			
Пт	4	11	18	25		Пт	1	8	15	22	29	Пт	5	12	19	26	Пт	3	10	17	24	31	Пт	7	14	21	28	Пт	5	12	19	26		
Сб	5	12	19	26		Сб	2	9	16	23	30	Сб	6	13	20	27	Сб	4	11	18	25		Сб	1	8	15	22	29	Сб	6	13	20	27	
Вс	6	13	20	27		Вс	3	10	17	24	31	Вс	7	14	21	28	Вс	5	12	19	26		Вс	2	9	16	23	30	Вс	7	14	21	28	

4. Имиджевая продукция

4.15. Тетрадь на кольцах



4. Имиджевая продукция

4.16. Корпоративная шариковая авторучка

Имеет металлический корпус дополнительных фирменных цветов с кнопчным механизмом и металлическим клипом. Справа от клипа снизу вверх выгравирована надпись «BELGOROD STATE UNIVERSITY (BSU)».



4. Имиджевая продукция

4.17. Флэш-накопитель



4. Имиджевая продукция

4.18. Пакет



4. Имиджевая продукция

4.19. Мужской вариант фирменной повседневной одежды – поло



4. Имиджевая продукция

4.20. Универсальная футболка

На лицевой стороне универсальной корпоративной футболки должна быть размещена эмблема НИУ «БелГУ», с обратной стороны – фирменный блок.



4. Имиджевая продукция

4.20. Универсальная футболка

На лицевой стороне универсальной корпоративной футболки должна быть размещена эмблема НИУ «БелГУ», с обратной стороны можно изобразить символику того или иного подразделения НИУ «БелГУ».

На футболки зеленого, голубого или черного цветов наносится белый контурный рисунок, на белую – полноцветные эмблема и фирменный блок НИУ «БелГУ».



4. Имиджевая продукция

4.21. Толстовка

На лицевой стороне корпоративной толстовки должна быть размещена эмблема НИУ «БелГУ», с обратной стороны – фирменный блок.



4. Имиджевая продукция

4.21. Толстовка

На лицевой стороне корпоративной толстовки должна быть размещена эмблема НИУ «БелГУ», с обратной стороны можно изобразить символику того или иного подразделения НИУ «БелГУ».

На толстовки зеленого, голубого или черного цветов наносится белый контурный рисунок, на белую – полноцветные эмблема и фирменный блок НИУ «БелГУ».



4. Имиджевая продукция

4.22. Бейсболка

На корпоративной бейсболке должна быть размещена эмблема НИУ «БелГУ».

На бейсболки зеленого, голубого или черного цветов наносится белый контурный рисунок, на белую – полноцветная эмблема НИУ «БелГУ».

При использовании нашивки эмблемы бейсболка может быть белого, зеленого, черного и голубого цветов.



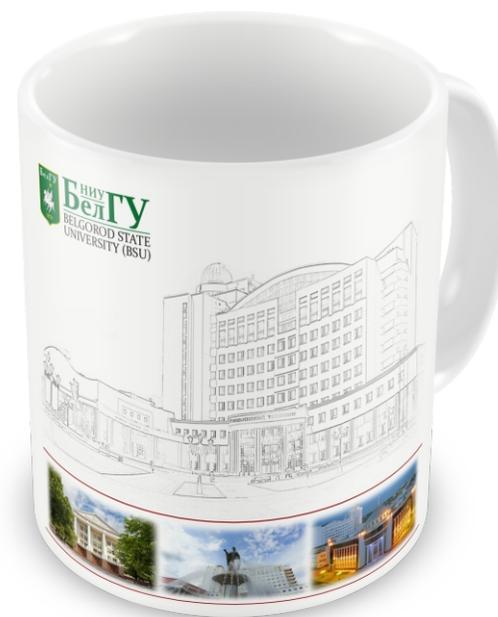
4. Имиджевая продукция

4.23. Выпускные фотоальбомы и фотокниги



4. Имиджевая продукция

4.24. Кружки



4. Имиджевая продукция

4.25. Чай

Продукция Ботанического сада НИУ «БелГУ»



4. Имиджевая продукция

4.25. Чай

Продукция Ботанического сада НИУ «БелГУ»



4. Имиджевая продукция

4.26. Брелок, значок



4. Имиджевая продукция

4.27. Магниты



4. Имиджевая продукция

4.28. Коврик для манипулятора «МЫШЬ»



4. Имиджевая продукция

4.29. Настенные часы



4. Имиджевая продукция

4.30. Настольный флажок



4. Имиджевая продукция

4.31. Вывеска на дверь



4. Имиджевая продукция

4.32. Газета «Вести БелГУ»



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Руководство по фирменному стилю НИУ «БелГУ» (брендбук) необходимо расценивать как нечто большее, чем просто набор правил использования бренда. Брендбук (brand book) – это полноценный маркетинговый инструмент, незаменимый помощник всех участников процесса продвижения и управления маркой. В первую очередь это инструмент работников управления по связям с общественностью как лиц, ответственных за эффективность продвижения имиджа НИУ «БелГУ».

Визуальный набор основных признаков бренда не является постоянным в течение длительного периода времени. Под влиянием запросов потребителей, изменений коммуникативных тенденций и позиционирования бренда меняются визуальные константы бренда и, соответственно, меняется руководство по фирменному стилю.

Изменения в брендбук НИУ «БелГУ» вступают в силу только после утверждения их приказом ректора.

Каждый работник НИУ «БелГУ», направляющий за пределы университета имиджевые, рекламные и деловые материалы в фирменном стиле, несет ответственность за правильное его использование, в точном соответствии с настоящим руководством.

***Сохраним лучшее!
Приумножим достигнутое!
Сделаем это вместе!***

