

**БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ХАНТЫ-МАНСКИЙ АУТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ
«СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



Система менеджмента качества

СМК СурГУ СТО-4.10.5-16

Фирменный стиль СурГУ

Редакция №1
стр. 1 из 10



Система менеджмента качества СурГУ. Стандарт организации

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ СурГУ

СТО-4.10.5-16

ПРИНЯТО Советом по качеству «30» мая 2016 г., протокол № 15

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Фамилия И.О.	Подпись	Дата
Первый проректор	Даниленко И.Н.		01.04.16г.
Начальник Административно-правового управления	Бронников А.А.		31.03.16
Начальник отдела менеджмента качества образования	Климович Л.А.		31.03.2016

СОСТАВИЛ:

Начальник Управления общественных связей и информационно-издательской деятельности	Хотмиров Г.Н.		31.03.16г.
--	---------------	--	------------

г. Сургут – 2016


	Сургутский государственный университет Система менеджмента качества	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
		Фирменный стиль СурГУ	Редакция №1 стр. 2 из 10

Содержание

1. Назначение и область применения	3
2. Нормативные ссылки	3
3. Термины и определения	3
4. Общие требования.....	4
5. Логотип (товарный знак)	4
6. Фирменные цвета Университета	5
7. Фирменные цвета институтов.....	6
8. Типографика	6
9. Графические стилеобразующие элементы	6
10. Агитационные символы.....	7
11. Применение фирменного стиля СурГУ	7
Лист регистрации изменений.....	9
Лист ознакомления.....	10

Перечень используемых сокращений:

- СТО – стандарт организации
ДП – документированная процедура

	Сургутский государственный университет Система менеджмента качества	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
		Фирменный стиль СурГУ	Редакция №1 стр. 3 из 10

1. Назначение и область применения

1.1. Настоящий стандарт организации (далее – СТО) регламентирует требования к построению и применению фирменного стиля БУ ВО «Сургутский государственный университет» (далее – СурГУ, Университет).

1.2. Требования настоящего СТО обязательны к применению всеми структурными подразделениями, должностными лицами и сотрудниками СурГУ.

2. Нормативные ссылки

СТО разработан на основе следующих нормативных актов:

- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»;
- Свидетельство о регистрации товарного знака (знака обслуживания) №331226;
- Свидетельство о регистрации товарного знака (знака обслуживания) №495314;
- ДП-1.7.1 «Управление документацией СМК»;
- ДП-5.13 «Управление документооборотом»;
- СТО-5.13.2 «Распорядительные и информационно-справочные документы. Требования».

3. Термины и определения

Бренд – торговая марка, имеющая высокую репутацию у потребителей.

Брендбук – документ, в котором содержится свод правил по использованию фирменного стиля, бренда.

Внешняя реклама (OUTDOOR реклама) – вид рекламной коммуникации, которая размещается на специальных рекламных носителях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений и т. д.

Внутренняя реклама (INDOOR реклама) – вид рекламных коммуникаций с аудиторией, производимых внутри помещений, через стационарно и постоянно установленные рекламные носители.

Логотип – элемент фирменного стиля, представляющий собой уникальное начертание полного и сокращенного наименования компании.


Стилеобразующий элемент – постоянно используемый элемент фирменного стиля, позволяющий визуально выделять бренд в ряду конкурентов и идентифицировать его с товарами и услугами ему принадлежащими.

Типографика – графическое оформление печатного текста посредством набора и верстки с использованием норм и правил.

Товарный знак – обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), используемое для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг.

Фирменный стиль – набор визуальных констант, объединенных общей идеей и формирующих узнаваемый потребителями образ бренда.

Целевая аудитория СурГУ – все потенциальные и реальные потребители образовательных, научно-исследовательских и инновационных услуг и товаров, производимых СурГУ, сохраняющие заинтересованность в этих услугах и товарах.

	Сургутский государственный университет Система менеджмента качества	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
		Фирменный стиль СурГУ	Редакция №1 стр. 4 из 10

4. Общие требования

4.1. Фирменный стиль СурГУ разработан с целью формирования имиджа СурГУ, создания уникального узнаваемого бренда, способствующего развитию Университета, формированию лояльности потребителей. Узнаваемость достигается за счет использования во всех рекламных и корпоративных носителях одних и тех же элементов.

4.2. Фирменный стиль СурГУ включает в себя следующие элементы:

- логотип (товарный знак);
- фирменные цвета Университета;
- фирменные цвета институтов;
- типографику;
- графические стилеобразующие элементы;
- агитационные символы.

4.3. Элементы фирменного стиля могут использоваться как отдельно, так и комплексно.

5. Логотип (товарный знак)

5.1. Логотип СурГУ является зарегистрированным товарным знаком и представляет собой эмблему, состоящую из слов и изображений (Рис. 1).



Рис. 1. Логотип (товарный знак) СурГУ

5.2. На логотипе СурГУ изображено:

- река – символ движения вперед;
- сторожевая башня – символ освоения Севера;
- кедр – плодоносящее дерево Севера;
- напутствие, объединяющее в себе три языка – латинский, греческий и древнеславянский, толкование которого означает «Гениям наук быть»;
- орнамент обских угров в виде рогов оленя, находящийся внизу логотипа, гласит о принадлежности Университета к Ханты-Мансийскому автономному округу — Югре и подчёркивает региональную особенность северного края.

Логотип имеет надпись «Сургутский государственный университет» и «ХМАО» радиально по внешнему полю желтого цвета.

5.3. Логотип может быть воспроизведен в полноцветной, монохромной и черно-белой версии.

5.4. Полноцветная вариация логотипа является основной. Цвета логотипа регламентируются п. 6.3. настоящего СТО.

5.5. Монохромная вариация логотипа может быть реализована в синей, чёрной или белой тональности (Рис. 2).


	Сургутский государственный университет Система менеджмента качества	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
		Фирменный стиль СурГУ	
		Редакция №1	
		стр. 5 из 10	



Рис. 2. Логотип (товарный знак) СурГУ. Монохромная вариация

5.6. Черно-белая вариация логотипа используются при его черно-белой печати (черно-белые издания) и при воспроизведении с помощью определенных технологий (шелкография, факсимиле, лазерная гравировка, тиснение, конгрев и т. д.).

5.7. Логотип может быть размещен на белом фоне или фоне, залитом из палитры основных фирменных цветов.

6. Фирменные цвета Университета

6.1. Для построения фирменного стиля СурГУ используются основные цвета – голубой, синий и темно-синий и дополнительные – светло-зеленый, зеленый, белый и черный цвета (Таблица 1). Дополнительным цветом также может выступать один из фирменных цветов институтов.

Таблица 1

Фирменные цвета СурГУ

Фирменные цвета	Системы цветообразования	
	СМΥΚ	RGB
Основные:		
Голубой	C:100 M:44 Y:0 K:0	R:0 G:115 B:187
Синий	C:100 M:60 Y:0 K:0	R:0 G:96 B:170
Темно-синий	C:100 M:62 Y:7 K:35	R:4 G:72 B:122
Дополнительные:		
Светло-зеленый	C:73 M:0 Y:95 K:0	R:72 G:173 B:69
Зеленый	C:100 M:0 Y:100 K:0	R: 0 G:152 B:70
Белый	C:0 M:0 Y:0 K:0	R:255 G:255 B:255
Черный	C:100 M:100 Y:100 K:100	R:28 G:27 B:23


6.2. В логотипе используются основные цвета – синий и желтый со следующими показателями системы цветообразования (Таблица 2).

Таблица 2

Основные цвета логотипа СурГУ

Цвета, использующиеся в логотипе	Системы цветообразования	
	СМΥΚ	RGB
Синий	C:82 M:53 Y:7 K:12	R:60 G:104 B:159
Желтый	C:4 M:5 Y:79 K:0	R:244 G:229 B:22

6.3. Модель системы цветообразования СМΥΚ используется при полноцветной печати. Модель системы цветообразования RGB используется для обозначения цветов в электронных носителях информации (веб-сайт, презентация).

	Сургутский государственный университет Система менеджмента качества	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
		Фирменный стиль СурГУ	
		Редакция №1	
		стр. 6 из 10	

7. Фирменные цвета институтов

7.1. Каждый институт СурГУ имеет доминирующий фирменный цвет, позволяющий выделить его среди остальных институтов (Таблица 3).

Таблица 3

Фирменные цвета институтов

Наименование института	Цвет	Система цветообразования	
		СМУК	RGB
Институт государства и права	Синий	C:100 M:44 Y:0 K:0	R:0 G:115 B:187
Институт гуманитарного образования и спорта	Фиолетовый	C:83 M:89 Y:24 K:1	R:86 G:64 B:112
Институт естественных и технических наук	Оранжевый	C:0 M:65 Y:100 K:0	R:237 G:115 B:29
Институт экономики и управления	Желтый	C:0 M:20 Y:100 K:0	R:254 G:204 B:0
Медицинский институт	Зелёный	C:75 M:0 Y:100 K:10	R:8 G:150 B:67
Политехнический институт	Красный	C:0 M:89 Y:100 K:0	R:230 G:60 B:36

7.2. Фирменные цвета институтов используются для их дифференциации для конкретной целевой аудитории соответствующего института при проведении общеуниверситетских мероприятий.

8. Типографика

8.1. Для построения и поддержания фирменного стиля СурГУ используются шрифты: Agopus, Europe, BankGothic Russ, Iztisa, Calligraph, Bickham Script tree.

8.2. Шрифты Europe, BankGothic Russ используются при макетировании визиток.

8.3. Шрифты Agopus, Iztisa, Calligraph, Bickham Script tree используются в оформлении поздравлений, благодарственных писем, грамот, сертификатов. Шрифт Iztisa также используется в логотипе СурГУ.


9. Графические стилеобразующие элементы

9.1. Графические стилеобразующие элементы (Рис. 3) построены на основе геометрической формы – треугольник.

Архетип Формы:

Треугольник – динамичная форма наполненная символами. Треугольник и трехгранная пирамида часто связывается в умах людей с ростом, успехом и стабильностью. Взаимодействуя, они дополняют друг друга, говоря об идеи человеческого развития. В оформлении имиджевых материалов треугольник используется в качестве базовой формы для фирменной графики.

Композиция: направленное движение придает динамику, что выражает современность, стремление вперед. Ломанные архитектурные линии главного корпуса СурГУ нашли свое продолжение в данной концепции.

 <p>Сургутский государственный университет Система менеджмента качества</p>	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
	Фирменный стиль СурГУ	<p>Редакция №1 стр. 7 из 10</p>

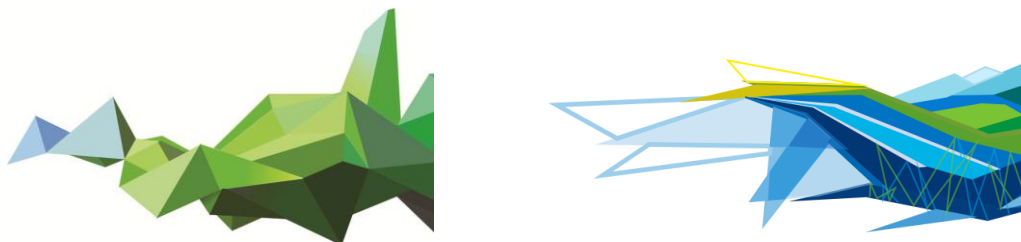


Рис. 3. Графические стилеобразующие элементы

9.2. В графических стилеобразующих элементах используются фирменные цвета Университета.

Цветовое решение: за основу берется синий и зеленый колорит, который характеризует прямую принадлежность к территории округа. (Рис. 4)



Рис. 4. Флаг Ханты-Мансийского автономного округа

9.3. Графические стилеобразующие элементы могут быть воспроизведены в полноцветной и черно-белой версии. Полноцветная вариация является основной.

9.4. Черно-белая вариация элементов используются при его черно-белой печати (черно-белые издания) и при воспроизведении с помощью определенных технологий (шелкография, факсимиле, лазерная гравировка, тиснение, конгрев и т. д.).

10. Агитационные символы

10.1. Агитационные символы СурГУ представляют собой два независимых лозунга:

- «Думать! Действовать! Достигать!»;
- «СурГУ – мой университет».


10.2. Лозунг «Думать. Действовать. Достигать» изображается в фирменных цветах Университета и шрифтом Iztisa.

10.3. Лозунг «СурГУ – мой университет» зарегистрирован как товарный знак, изображается в фирменных цветах Университета и с использованием шрифта для «СурГУ» – Calligraph, а для «мой университет» – Arial Black.

11. Применение фирменного стиля СурГУ

11.1. Элементы фирменного стиля СурГУ применяются при оформлении:

- официального сайта Университета;
- печатной продукции (визитки, конверты, фирменные открытки, включая вкладыш, адресные папки, включая вкладыш, бланки пресс-релиза, благодарственные письма, сертификаты, объявления, бейджи, имиджевые буклеты, календари, блокноты);

	Сургутский государственный университет Система менеджмента качества	СМК СурГУ СТО-4.10.5-16	
		Фирменный стиль СурГУ	Редакция №1 стр. 8 из 10

- презентаций, подготовленных в PowerPoint, для выступления на внутренних и внешних мероприятиях, в т.ч. конференциях;
- внутренней (INDOOR) рекламы (X-стенд, изофрейм, баннерная растяжка);
- внешней (OUTDOOR) рекламы (городской транспорт, статичная заставка на светодиодные экраны);
- сувенирной продукции.

11.2. Использование фирменного стиля СурГУ при оформлении печатной и рекламной продукции предварительно согласовывается с начальником Управления общественных связей и информационно-издательской деятельности.

11.3. Обязательное использование фирменного стиля при подготовке презентаций (PowerPoint) сотрудниками приемной комиссии Университета, представляющими СурГУ на внешних мероприятиях. Обязательное использование фирменного стиля при подготовке презентаций сотрудниками Университета, представляющими СурГУ (ссылающимися на СурГУ) на внутренних мероприятиях таких как Попечительский и Ученый совет. Во всех остальных случаях использование фирменного стиля при подготовке презентаций носит рекомендательный характер.

11.4. Рекомендовано использование логотипа и графических стилиобразующих элементов в процессе делопроизводства в информационно-распорядительных документах (фирменный бланк, приказы, распоряжения, протоколы и т. д.) согласно требованиям ДП-5.13 «Управление документооборотом» и СТО-5.13.2 «Распорядительные и информационно-справочные документы. Требования», а также при разработке документов, регламентирующих процессы, протекающие в Университете (концепции, документированные процедуры, СТО, положения о структурных подразделениях и т. д.) согласно требованиям ДП-1.7.1 «Управление документацией СМК» и СТО-1.7.6 «Управление положениями о структурных подразделениях и должностными инструкциями».

11.5. Все правила, особенности и рекомендации по использованию фирменного стиля СурГУ изложены в руководстве по применению фирменного стиля СурГУ – брендбуке. Брендбук, электронные версии элементов фирменного стиля и шаблоны продукции с использованием фирменного стиля размещаются на сайте СурГУ (<http://www.surgu.ru>) в разделе «Информационная деятельность».

