

СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



# РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ СурГУ

Брендбук разработан управлением общественных связей и информационно-издательской деятельности

# СОДЕРЖАНИЕ



## ВВЕДЕНИЕ

О Брендбуке

3

## ЛОГОТИП

Концепция

4

Допустимые способы применения логотипа

5

Недопустимые способы применения логотипа

6

Расположение логотипа на фоне

7

## ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основная цветовая палитра

8

Основные цвета институтов

9-10

## ШРИФТЫ

Основные имиджевые шрифты

11-12

## ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Стилеобразующие элементы

13-16

(Основные элементы и их расположение)

## ОФОРМЛЕНИЕ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ СурГУ

Визитная карточка

17

Конверт евроформат

18

Фирменная открытка

19

Вкладыш в открытку

20

Адресная папка

21

Вкладыш в адресную папку

22

Бланк пресс-релиза

23

Благодарственное письмо

24

Примеры печатной продукции СурГУ

25-27

Презентация в PowerPoint

28

## ОФОРМЛЕНИЕ INDOOR РЕКЛАМЫ СурГУ

29

## ОФОРМЛЕНИЕ OUTDOOR РЕКЛАМЫ СурГУ

30-31

# ВВЕДЕНИЕ



## О Брендбуке

Данное руководство было создано для удобства в оперативном использовании атрибутики СурГУ.

В данном Брендбуке приведены правила по которым строится и используется фирменный стиль, а также рекомендации, которых необходимо придерживаться для сохранения стиля.

Представлены варианты использования фирменных элементов для печатной, видео и интернет продукции для более эффективного брендинга.

Логотип и фирменный стиль предназначен для продвижения и позиционирования бренда СурГУ на рынке как сильного и креативного игрока, а также для оформления рекламной и деловой продукции.

Соблюдение правил и рекомендаций указанных в Брендбуке, касающиеся оформления корпоративной, имиджевой, рекламной и прочей продукции позволит сделать стиль узнаваемым и запоминающимся.

Дальнейшая верстка новых макетов для рекламной либо деловой продукции, должна осуществляться в соответствии с установленными и оговоренными в Брендбуке правилами.

Фирменный знак, фирменное наименование и их цветовое решение являются основой идентификационной системы Сургутского государственного университета. В данном разделе представлены примеры по использованию фирменных знаков, цветовой гаммы и шрифтов, и создан единый визуальный ряд. Каждый пример сопровождается кратким описанием.

# ЛОГОТИП (ТОВАРНЫЙ ЗНАК)



## ТИП:

комбинированный товарный знак представляет комбинацию слов и изображений.

Существует одна версия написания логотипа – кириллическая.

## СИМВОЛИКА:

Сторожевая башня - символ освоения Севера, кедр – плодоносящее дерево Севера, уникальное растение, растущее в суровых условиях. Напутствие –

**Genius loquos  
Быти**

Толкование напутствия – «Гениям наук быть!». Основатель первого российского университета М.В. Ломоносов окончил славяно-греко-латинскую академию, и лозунг университета объединил в себе три языка – латинский, греческий, древнеславянский. Надписи: «Сургутский государственный университет», «ХМАО» – шрифт Iztisa.

Логотип нельзя деформировать, изменять взаиморасположение и соотношения составляющих его элементов.

## ВАРИАНТЫ НАЧЕРТАНИЯ ЗНАКА



### ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ ПОЛНОЦВЕТНОЙ, МОНОТОННОЙ И ЧЕРНО-БЕЛОЙ ВЕРСИЙ ФИРМЕННОГО ЛОГОТИПА

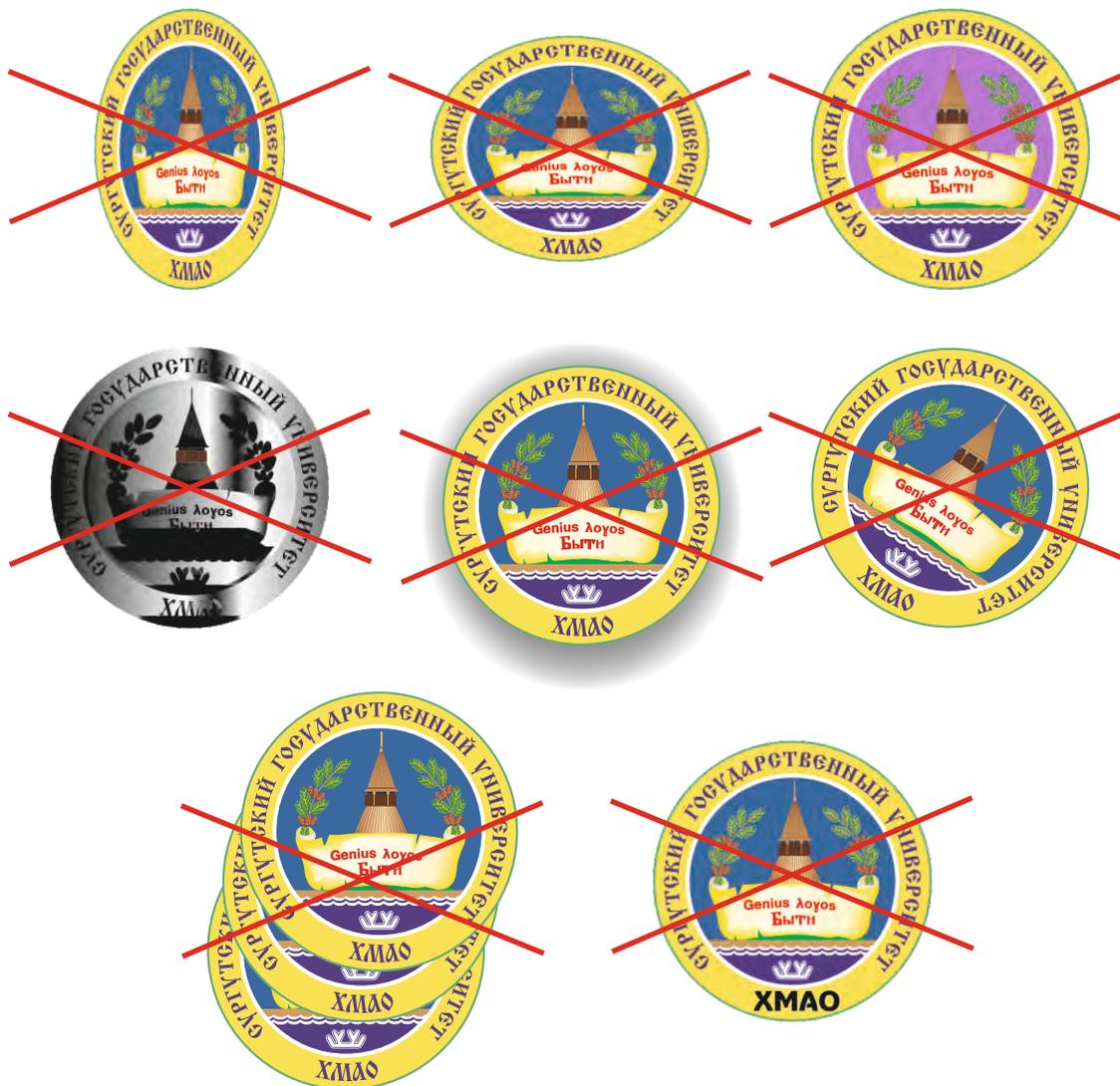
Полноцветная вариация логотипа является основной для всей системы визуальных коммуникаций бренда.

Все остальные варианты цветового решения необходимо использовать только в тех случаях, когда воспроизвести полноцветный вариант не представляется возможным.

Монотонная (оттенки серого) и черно-белая вариации логотипа используются при его черно-белой печати (ч/б издания) и при воспроизведении с помощью определенных технологий (шелкография, факсимиле, лазерная гравировка, тиснение, конгрев и др.).

Диаметр подложки выходит за границы логотипа на 1,5-2 мм равномерно. Цвет подложки – согласно фирменным цветам. Другие варианты решения недопустимы.

# ЛОГО (НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ)



## ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ ПОЛНОЦВЕТНОЙ, МОНОТОННОЙ И ЧЕРНО-БЕЛОЙ ВЕРСИЙ ФИРМЕННОГО ЛОГОТИПА

На данной странице руководства показаны примеры неправильного использования логотипа.

Логотип всегда следует воспроизводить из электронного файла.

### **Внимание!**

1. Не допускайте деформаций логотипа.
2. Не используйте другие цвета.
3. Не добавляйте никаких эффектов.
4. Не допускайте изменения взаиморасположения в элементах логотипа.
5. Не вращайте и не дублируйте логотип.
6. Не используйте другие шрифты.
7. Не добавляйте тень к логотипу или его элементам.

# РАСПОЛОЖЕНИЕ ЛОГОТИПА НА ФОНЕ



Логотип допускается размещать на фоне залитым из палитры основных фирменных цветов.

### Внимание!

1. Не допускайте размещение логотипа на черном фоне.
2. Не допускайте размещение логотипа на фонах не входящих в фирменную палитру основных цветов СурГУ.
3. Не накладывайте логотип на пестрый, разноцветный фон, отличающийся по колориту от фирменного стиля.



# ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА (ОСНОВНАЯ ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА)

## ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

голубой



синий



темно-синий



CMYK  
RGB

C:100 M:44 Y:0 K:0  
R:0 G:115 B:187

C:100 M:60 Y:0 K:0  
R:0 G:96 B:170

C:100 M:62 Y:7 K:35  
R:4 G:72 B:122

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

светло-зеленый



зеленый



белый



черный



CMYK  
RGB

C:73 M:0 Y:95 K:0  
R:72 G:173 B:69

C:100 M:0 Y:100 K:0  
R:0 G:152 B:70

C:0 M:0 Y:0 K:0  
R:255 G:255 B:255

C:100 M:100 Y:100 K:100  
R:28 G:27 B:23

## ЦВЕТА, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ В ЛОГОТИПЕ

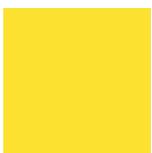
синий



фиолетовый



желтый



светло-зеленый



CMYK  
RGB

C:85 M:58 Y:16 K:0  
R:60 G:104 B:159

C:81 M:82 Y:20 K:36  
R:69 G:58 B:100

C:8 M:1 Y:92 K:0  
R:244 G:229 B:22

C:40 M:0 Y:100 K:0  
R:176 G:203 B:31

## Основные фирменные цвета:

- голубой
- синий,
- темно-синий

Положительные ассоциации с бескрайним голубым небом, горными вершинами и миром. Синий цвет декларирует глубину понимания проблемы, спокойствие и терпение. Модель CMYK используется при полноцветной печати. Модель RGB для обозначения цветов в электронных носителях информации (веб-сайт, презентация).

## Дополнительные фирменные цвета:

- светло-зеленый,
- зеленый

Цвет природы, жизни, весны и возрождения. Дополнительная цветовая гамма используется для логического выделения информационных блоков в корпоративной продукции и презентациях. Дополнительные цвета являются вспомогательными. Цвета могут также использоваться с градиентом для придания фонам объемного звучания.

**Все виды работ связанные с любой полиграфической, сувенирной продукцией, дизайном, indoor, outdoor рекламой, выполняются с использованием фирменных цветов.**

# ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА (ЦВЕТА ИНСТИТУТОВ)



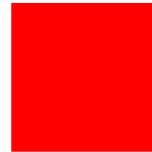
синий



зеленый



красный



фиолетовый



CMYK  
RGB

C:100 M:44 Y:0 K:0  
R:0 G:115 B:187

C:85 M:3 Y:96 K:10  
R:8 G:150 B:67

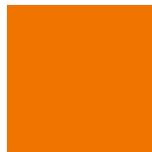
C:0 M:89 Y:100 K:0  
R:255 G:0 B:0

C:83 M:89 Y:24 K:1  
R:86 G:64 B:122

желтый



оранжевый



CMYK  
RGB

C:8 M:1 Y:92 K:0  
R:244 G:229 B:22

C:0 M:65 Y:100 K:0  
R:237 G:115 B:29

В университете 6 институтов.  
При изготовлении  
полиграфической продукции  
рекомендуем каждому институту  
как доминирующий использовать  
определенный цвет.

Цветовая палитра описана слева.

Обязательное использование цветов из основной  
цветовой палитры.

Например, в объявлении день открытых дверей  
выделить обращение идентификационным цветом,  
тем самым сделать его более адресным.

Так же при проведении мероприятий тем или  
иным институтом, цвета информационных  
указателей (стрелки, вывески и т.д. )  
использовать согласно рекомендациям выше.

# ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА (ЦВЕТА ИНСТИТУТОВ)



Синий  
ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА

Фиолетовый  
ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ И СПОРТА

Оранжевый  
ИНСТИТУТ ЕСТЕСТВЕННЫХ И  
ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК

Желтый  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Зеленый  
МЕДИЦИНСКИЙ ИНСТИТУТ

Красный  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

# ТИПОГРАФИКА (ФИРМЕННАЯ ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА)



## Agopus

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Agopus

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Agopus

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Europe

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Europe

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя**  
**123456789@#\$\$%&\*+==({[**  
**ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z**  
**abcdefghijklmnopqrstu vwxyz**

## Calibri

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Calibri

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Calibri

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## Europe

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

## BANK GOTHIC RUSS

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
123456789@#\$\$%&\*+==({[  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z  
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z

Последовательное использование фирменного шрифта играет важную роль в создании единого образа бренда. Это поможет обеспечить более четкую идентификацию.

# ТИПОГРАФИКА 2

## (ФИРМЕННАЯ ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА)



### *Calligraph*

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890\*~!@#%&'()\*+,-./:;<=>?[]^\_`{|}~  
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

### *Iz'bizza*

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
123456789\*~!@#%&'()\*+,-./:;<=>?[]^\_`{|}~  
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

### *Bickham Script tree*

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890\*~!@#%&'()\*+,-./:;<=>?[]^\_`{|}~  
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Предполагается использование данных шрифтов в оформлении поздравлений для определенных событий.

## СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ



Думать Действовать Достигать

Думать Действовать Достигать

Думать Действовать Достигать

Думать Действовать Достигать

«Думать Действовать Достигать» — в полиграфических и рекламных материалах применять написание фирменными шрифтами.

В данном примере используется гарнитура Iztisa. Каждое слово пишется верхним регистром, знаки препинания не используются. Цветовая гамма – согласно фирменным цветам.

Зарегистрирован как товарный знак.

Используется как агитационный символ согласно концепции мероприятия.

## СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ



СурГУ  
МОЙ  
университет



СурГУ  
МОЙ  
университет



СурГУ  
МОЙ  
университет



СурГУ  
МОЙ  
университет



СурГУ  
МОЙ  
университет

В надписи используются два шрифта:  
«СурГУ» – Calligraph,  
«мой университет» — Arial Black.  
Чередование двух полос является  
регламентированным (по толщине и  
последовательности линий).

Цветовая гамма – согласно фирменным цветам.

Зарегистрирован как товарный знак.

Используется как агитационный символ согласно  
концепции мероприятия.

### **Внимание!**

**Для воспроизведения элемента на  
предметах-носителях фирменного стиля следует  
использовать исключительно его оригинальную  
компьютерную версию.**

# СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ



## Архетип Формы.

Треугольник – это клин, предмет освоения, динамичная форма наполненная символами. Взаимодействуя, они дополняют друг друга, говоря об идеи человеческого развития.

А все потому, что треугольник и трехгранная пирамида часто связывается в умах людей с ростом, успехом и стабильностью.

В оформлении имиджевых материалов **треугольник используется в качестве базовой формы для фирменной графики.**

Композиция: направленное движение придает динамику (что выражает современность, развитие, стремление вперед).

Линейная структура: прямые линии.

Данная структура выражает основательность, прямоту, направленность.

Цвета фирменного стиля, в сопутствующих его элементах решены в колорите с логотипом и не вступают с ним в колористический спор, а являются дополнением, второстепенным элементом.

Цветовое решение: за основу берется синий и зеленый колорит, который имеет прямую принадлежность к территории. Также возможно добавление других оттенков, которые не будут спорить с основным колоритом.

Композиция построена на основе геометрических форм.

ТРЕУГОЛЬНИК как главный элемент формообразования композиции – не является однозначно простой формой, т.к. является активной, динамичной формой. Ломанные архитектурные линии главного корпуса СурГУ нашли свое продолжение в данной концепции.

В композиции за основу взят подчеркнутый геометризм форм, энергичный ритм линий.

В формировании графического решения взят метод ассоциаций и аналогии.

Формообразование: в основе композиции простая структура, привычные геометрические формы.

# СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ (КОМПОЗИЦИЯ С ЛОГОТИПОМ)



Объекты дизайна функционально, конструктивно и композиционно взаимосвязаны. Основная графическая форма легко трансформируется и композиционно связывает логотип.

Для достижения высоких показателей узнаваемости проектированных образов, необходима визуальная идентификация, ссылка к месту их создания.

Единство стиля и творческой концепции поможет легко выделять объекты из общего потока. При этом, выполняя имиджевую графику в рамках единой концепции, мы сможем добиться доминирования идеи над визуальными методами.