Федеральное государственное бюджетное
военное образовательное учреждение высшего образования
«Академия гражданской защиты Министерства Российской
Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным
ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий
имени генерал-лейтенанта Д.И.Михайлика»

АКАДЕМИЯ
ГРАЖДАНСКОЙ ЗАЩИТЫ
МЧС РОССИИ
имени генерал-лейтенанта Д.И. Михайлика

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Внимание!

Описываемые в настоящем руководстве принципы оформления являются рекомендуемыми.
В случае необходимости они могут подлежать изменению при обязательном согласовании с пресс-службой Академии.
При этом альтернативные варианты оформления должны соответствовать фирменному стилю Академии и правилам его использования.

Содержание

4 - 11 Фирменный знак Академии и правила его размещения

12 Фирменная цветовая палитра

13 Фирменный шрифт

14 - 15 Стилеобразующие элементы

14 - 20 Фирменный стиль в полиграфии

21 Сувенирная продукция

21 Внутренние визуальные коммуникации

22 Внешние визуальные коммуникации

23 Другие визуальные коммуникации

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ

1.



2.



3.



Фирменный знак Академии может быть исполнен в трех видах:

- 1 вид - основной логотип. Для использования в буклетах, баннерах, листовках, сувенирной продукции, обложках учебных пособий, презентациях, на официальном сайте Академии и др.

- 2 вид может использоваться в случаях, если знак превышает минимальные размеры (например, в визитках)

- 3 вид должен использоваться на грамотах, поздравительных адресах и открытках.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ

1.



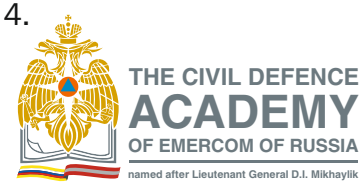
2.



3.



4.



Логотип Академии включает в себя три элемента:

- Среднюю эмблему МЧС России
- Раскрытую книгу
- Подпись «Академия гражданской защиты МЧС России имени генерал-лейтенанта Д.И. Михайлика»

1. Вертикальное написание фирменного знака
2. Вертикальное написание фирменного знака на английском языке
3. Горизонтальное написание фирменного знака
4. Горизонтальное написание фирменного знака на английском языке

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ



Варианты цветовой палитры логотипа Академии:

При размещении логотипа на цветном фоне необходимо учитывать его контрастность по отношению к фону:

- на темном фоне для элемента книги и наименования Академии используется логотип с белым контуром;
- на светлом фоне для книги и наименования используется серо-голубой цвет.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ

АКАДЕМИЯ
ГРАЖДАНСКОЙ ЗАЩИТЫ
МЧС РОССИИ
имени генерал-лейтенанта
Д.И. Михайлика

АКАДЕМИЯ
ГРАЖДАНСКОЙ ЗАЩИТЫ
МЧС РОССИИ
имени генерал-лейтенанта
Д.И. Михайлика

АКАДЕМИЯ
ГРАЖДАНСКОЙ ЗАЩИТЫ
МЧС РОССИИ
имени генерал-лейтенанта Д.И. Михайлика

АКАДЕМИЯ
ГРАЖДАНСКОЙ ЗАЩИТЫ
МЧС РОССИИ
имени генерал-лейтенанта Д.И. Михайлика

Черно-белое исполнение логотипа Академии:

Монохромное изображение логотипа применяется в тех случаях, когда по техническим причинам фирменный знак невозможно воспроизвести в цветовом решении.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ







Минимальные размеры знака

Минимальный размер связан с толщиной линий, воспроизводимых в полиграфической продукции. При уменьшении блока меньше минимального размера (70 мм - на русском языке, 60 мм - на английском) мы рискуем получить некачественную продукцию.

При плоттерной резке минимальный размер отличается и устанавливается в соответствии с параметрами машины (~ 4мм минимальная толщина самой тонкой линии).

В случаях, когда необходимо исполнение логотипа в меньших размерах (визитки, наклейки, пропуска и др.), необходимо использовать 2-й вид логотипа (стр. 4)

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ



Минимальные размеры свободного поля вокруг логотипа

Свободным полем считается пространство вокруг логотипа.

Не рекомендуется попадание посторонних элементов внутрь этого поля при верстке любых материалов, в особенности текстовых элементов.

Это правило применимо ко всем вариантам логотипа.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ













Недопустимые варианты использования логотипа

1. Не допускается искажать и растягивать логотип.

2. Не допускается поворачивать элементы.

3. Не допускается использовать элементы отдельно друг от друга.

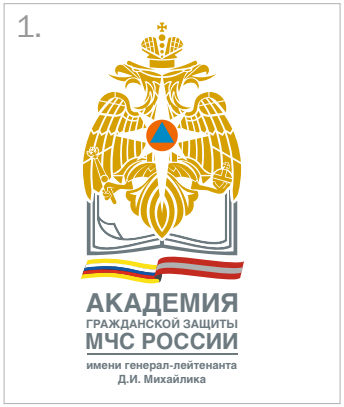
4. Не допускается исполнение фирменного знака в других цветах, кроме указанных в данном руководстве.

5. Не рекомендуется использовать логотип на схожих по тону фонах.

6. Нельзя уменьшать или увеличивать отдельные элементы в логотипе.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК АКАДЕМИИ

1.



2.



3.



4.



Допустимые варианты использования логотипа

1. По возможности фирменный знак следует размещать на белом фоне.

2. Возможно изменение цвета надписи и книги в градациях серого в зависимости от яркости фона (темное на светлом, светлое на темном).

3. Если логотип сливается с фоном, необходимо применять подложку в виде плашки, используя фирменные цвета.

4. При выборе однотонного фона необходимо использовать фирменные цвета, также могут быть использованы черный, белый и серый.

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Дополнительные цвета:

PANTONE Solid Coated PANTONE 1655 C
CMYK C:0 M:65 Y:100 K:0
RGB R:235 G:95 B:30
WEB #EB5F1E
ORACAL 034, 035, 036

Дополнительные цвета:

PANTONE Solid Coated PANTONE 7462 C
CMYK C:100 M:60 Y:20 K:40
RGB R:0 G:65 B:105
WEB #004169
ORACAL 050, 051

Дополнительные цвета:

градация серого
CMYK C:5 M:30 Y:100 K:0
CMYK C:20 M:0 Y:0 K:60

Основные фирменные цвета

Визуальный стиль имеет в качестве основной палитру фирменных цветов: оранжевый и полуночно синий, также возможно использование палитры дополнительных цветов.

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).
Модель 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.

Основное семейство шрифтов Академии

Franklin Gothic Book

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789«»„”:;?!@No#$%&*()

Franklin Gothic Demi

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789«»„”:;?!@No#$%&*()

Дополнительные шрифтовые гарнитуры

Arial

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789«»„”:;?!@No#$%&*()

HeliosC

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789«»„”:;?!@No#$%&*()

Основные шрифты

Основная шрифтовая гарнитура Академии – Franklin Gothic.

Использование фирменной гарнитуры позволит достичь единого визуального образа и обеспечить более четкую идентификацию бренда.

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

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

Обозначенные шрифтовые гарнитуры содержат множество начертаний.

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ











Фотостиль Академии

Основополагающей чертой фирменного стиля являются фотографии.

Фотостиль предполагает использование изображений двух различных типов - репортажные снимки событий и фотосъемка объектов Академии, передающих уникальную атмосферу.

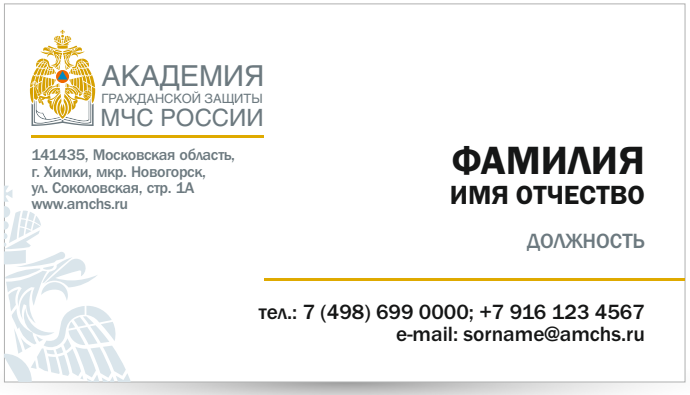
СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

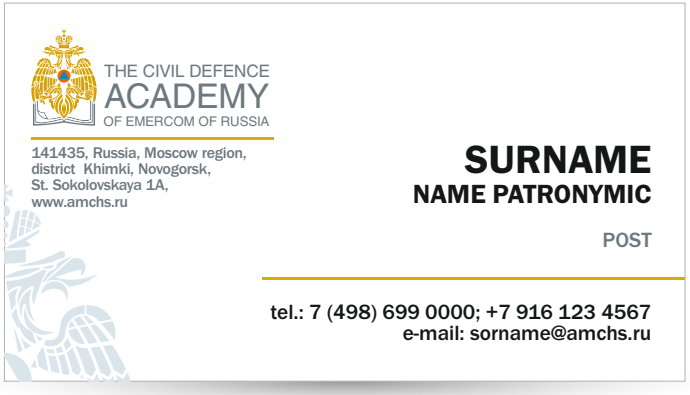
1. 

2. 

Элементы

Стилеобразующими элементами при создании фирменной продукции Академии могут быть использованы увеличенный логотип (пример № 1), или абстрактные формы в виде прямых линий, ромбов, треугольников и т.п. (пример № 2). Также при создании дизайна могут использоваться фотографии значимых объектов Академии, или фотоснимки, передающие атмосферу вуза.





Оборот на английском языке
(на личное усмотрение)

Визитная карточка

Масштаб изображения: 100%
Формат: 90х50 мм

Правила набора текста документа:
1. ФИО - Franklin Gothic Demi, 18pt (Фамилия) 12pt (Имя, Отчество)
Регистр - ВЕРХНИЙ
Выравнивание вправо.

2. Должность - Franklin Gothic Medium, 8pt
Выравнивание вправо.

3. Контакты и адресный блок - Franklin Gothic Medium, 8pt/9pt.
Выравнивание 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.



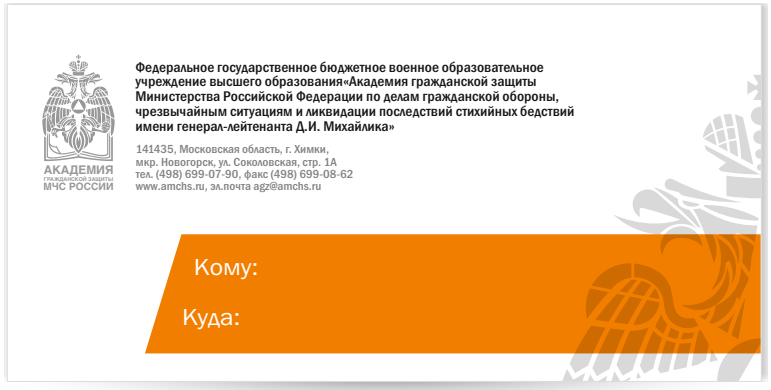
Бланк

Масштаб изображения: 45%
Все размеры указаны в мм
Формат: А4 (210х297 мм)

Правила набора текста документа:
1. Название Академии - Franklin Gothic Heavy, 6pt
Выравнивание вправо.

2. Контакты и адресный блок - Franklin Gothic Demi, 6pt
Выравнивание вправо.

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





Конверт

Масштаб изображения: 45%
Все размеры указаны в мм
Формат: DL/E65 (110x220мм)

Правила набора текста документа:
1. «Куда», «Кому» - Franklin Gothic Book или Arial, 18pt
Выравнивание влево.

2. Название Академии - Franklin Gothic Medium, 12pt
Выравнивание влево.

3. Контакты и адресный блок - Franklin Gothic Book, 10pt
Выравнивание влево.

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



Грамота

Масштаб изображения: 45%
Все размеры указаны в мм
Формат: А4 (210х297 мм)

Правила набора текста документа:
1. «Грамота» - Franklin Gothic Book или Arial, 48pt
Выравнивание по центру.

2. «Награждается» - Franklin Gothic Book или Arial, 14pt
Выравнивание по центру.

3. Фамилия Имя Отчество - Franklin Gothic Book или Arial, 48pt
Выравнивание по центру.

4. Основной текст - Franklin Gothic Book или Arial, 12pt
Выравнивание по центру.

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

ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ





Фирменные буклеты

Масштаб изображения: 33,5%
Формат: А4 (210х297мм)
в сложенном виде - 210х100мм

Данный буклет прилагается как пример.
Возможны изменения информации и некоторые изменения в верстке по согласованию с пресс-службой Академии.

Правила набора текста документа:
Используемая гарнитура - Franklin Gothic
Кегль шрифта должен быть не менее 6pt









Сувенирная продукция

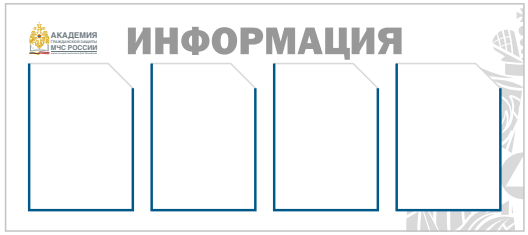
Сувенирная представительская продукция способствует узнаваемости образовательного учреждения.
Сувениры воспринимаются людьми как проявление внимания, напоминают о бренде и информируют о его «характере».

Оформление сувенирной продукции Академии выполняется в строгом корпоративном стиле с использованием основных элементов фирменного стиля.
Набор сувенирной продукции не ограничивается предметами, представленными в данной инструкции, и может дополняться в соответствии с пожеланиями руководства, не противоречащими принципам оформления сувенирной продукции.

ВНУТРЕННИЕ ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



Информационный стенд



Информационный стенд в строгом стиле



Таблички





Навигационные стенды

Оформление помещений

Для упрощения навигации в образовательных учреждениях применяется модульная система внутренних визуальных коммуникаций, с помощью которой наиболее эффективно формируется облик Академии.

Дизайн внутренних визуальных коммуникаций Академии состоит из следующих элементов:
1. Таблички, указатели
2. Информационные стенды
3. Пресс-воллы
4. Баннеры

ВНЕШНИЕ ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ







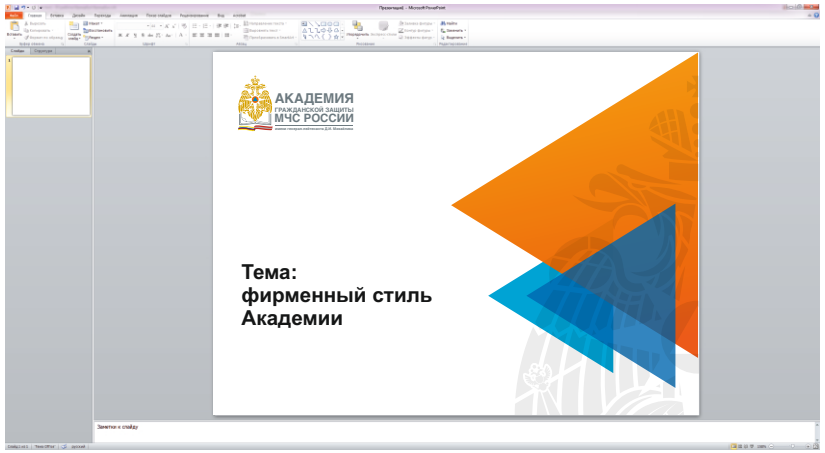
Баннеры

Наружная реклама – одно из средств продвижения Академии и распространения информации, формирующей позитивное отношение к бренду со стороны целевой аудитории.

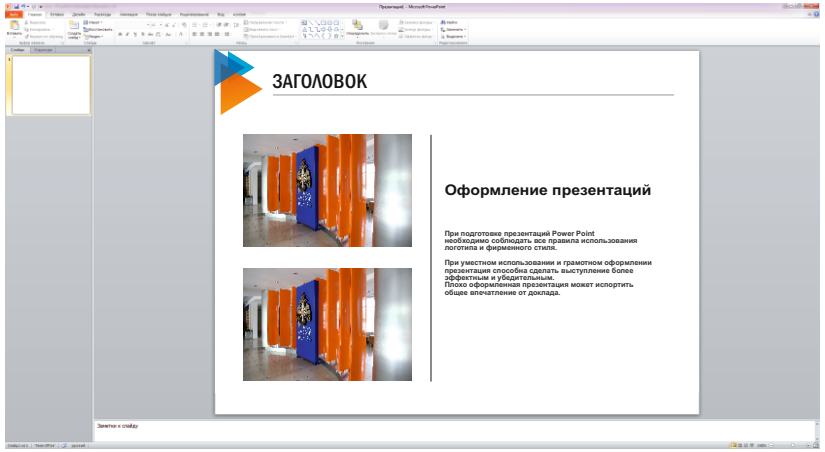
В связи с этим к оформлению рекламных баннеров и другой наружной продукции следует подходить с исключительным вниманием, избегая решений, не соответствующих фирменному стилю.

Основными стилеобразующими элементами являются фотографии и абстрактные элементы, такие как прямые линии, ромбы, треугольники и т.п.

1.



2.



Оформление презентаций

При подготовке презентаций Power Point необходимо соблюдать все правила использования логотипа и фирменного стиля.

Шаблон презентации Академии состоит из двух страниц:
1. Страница с темой презентации
2. Страница для основного текста доклада.

Правила набора текста документа:
При наборе текста необходимо использовать шрифты Franklin Gothic или Arial.

При уместном использовании и грамотном оформлении презентация способна сделать выступление более эффектным и убедительным.
Плохо оформленная презентация может испортить общее впечатление от доклада.

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