



ЦЕНТР НЕПРЕРЫВНОГО ПОВЫШЕНИЯ
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО МАСТЕРСТВА

Правила использования фирменного стиля

- Всегда используйте графические файлы из оригинальных макетов — не пытайтесь создавать их самостоятельно
- Графические файлы (элементы и макеты фирменной продукции) выдает оператор проекта. Также они размещаются в открытых источниках оператора проекта
- По вопросам применения фирменного стиля следует обращаться к оператору проекта

Содержание

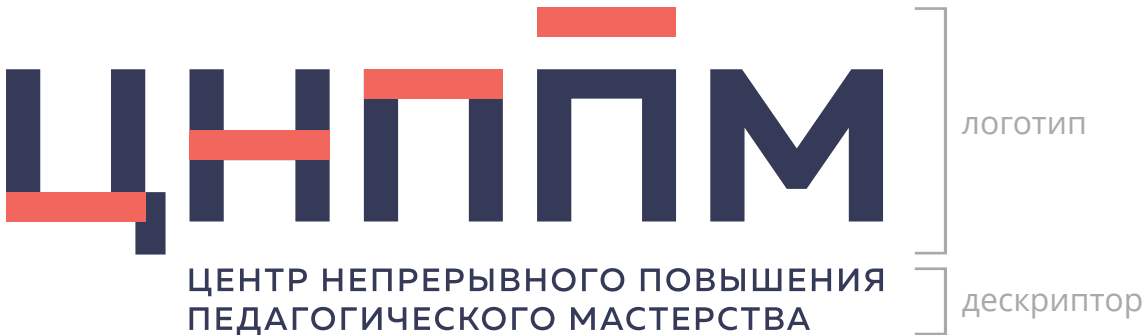
Фирменный знак.....	4	Примеры компоновки кобрендинга.....	17
Варианты допустимых компоновок фирменного знака и его элементов	5	Графические приемы для оформления макетов с кобрендингом	18
Охранное поле фирменного знака.....	6	Оформление социальных сетей.....	22
Допустимые цветовые схемы использования фирменного знака.....	7	Заставка рабочего стола	24
Недопустимые варианты использования фирменного знака.....	8	Почетные грамоты	25
Палитра	10	Футболки.....	26
Шрифты.....	11	Блокноты, ручки.....	27
Стилеобразующие элементы	12	Пакеты	28
Кобрендинг с образовательной организацией	15	Бейджи	29
Кобрендинг с фирменным знаком нацпроекта «Образование»	16	Баннеры	30
		Интерьер.....	32



Всегда используйте графические файлы из оригинальных макетов — не пытайтесь создавать их самостоятельно.

Фирменный знак

Фирменный знак состоит из логотипа (шрифтового начертания) и дескриптора.



Минимальный размер

Печать: x=20 мм
Экран: x=70 px



Варианты допустимых компоновок фирменного знака и его элементов

Основная компоновка фирменного знака



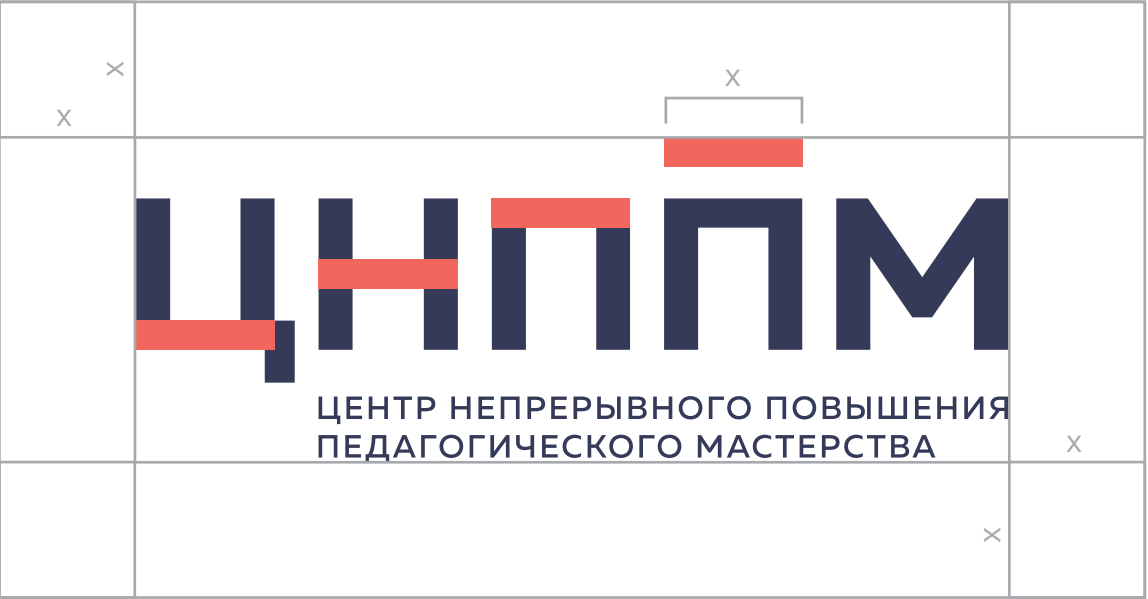
Логотип



Охранное поле фирменного знака

Охранное поле — это минимально допустимое расстояние от фирменного знака до других изображений или текстовых элементов макета (исключением являются

случаи кобрендинга), а также до границ макета. Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранного поля.



Допустимые цветовые схемы использования фирменного знака

Полноцветная версия фирменного знака размещается только на белом фоне.

Полноцветный



Дополнительные полноцветный фирменный знак размещается на цветном фоне фирменного цвета.

Полноцветный дополнительный



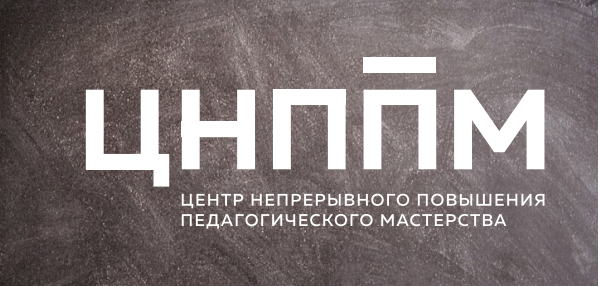
Черный монохром используется только на белом фоне при печати в одну краску или в специальных случаях (внедрение в фирменный стиль другого мероприятия).

Черный монохром



Белый монохром используется на любом цветном и неоднотонном фоне.

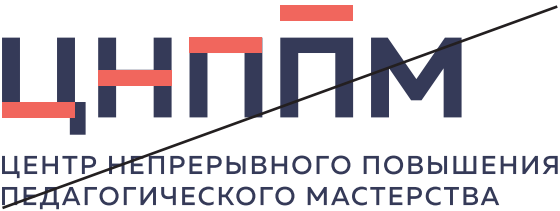
Белый монохром



Всегда используйте графические файлы из оригинальных макетов — не пытайтесь создавать их самостоятельно.

Недопустимые варианты использования фирменного знака

Изменение пропорций элементов



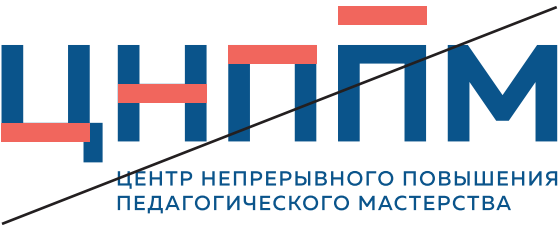
Изменение расположения элементов



Изменение шрифта

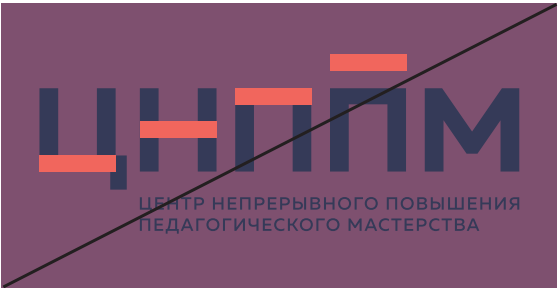


Замена или искажение цветов



Полноцветная версия фирменного знака используется только на белом фоне. Для цветного фона следует использовать белую версию логотипа.

Расположение полноцветного знака на цветном фоне



Нарушение охранного поля



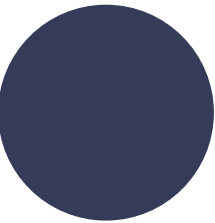
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt

Используются в константах фирменного стиля и основных элементах фирменных носителей.

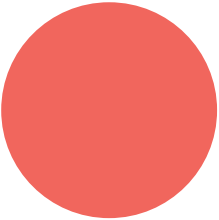
Используются при оформлении текста и дополнительных элементах фирменных носителей.

Палитра

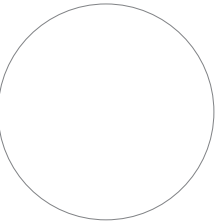
Основные фирменные цвета



CMYK 50; 0; 40; 70
PANTONE 5265 C
RGB 55; 60; 89

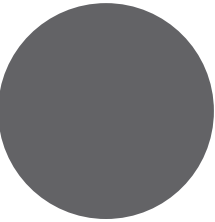


CMYK 0; 75; 60; 0
PANTONE 2032 C
RGB 235; 94; 87

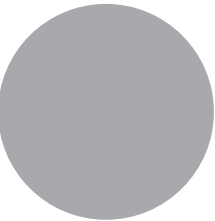


CMYK 0; 0; 0; 0
PANTONE white
RGB 255; 255; 255

Дополнительные фирменные цвета



CMYK 0; 0; 0; 75
RGB 100; 99; 99



CMYK 0; 0; 0; 40
RGB 178; 178; 178

Шрифты

Шрифт логотипа

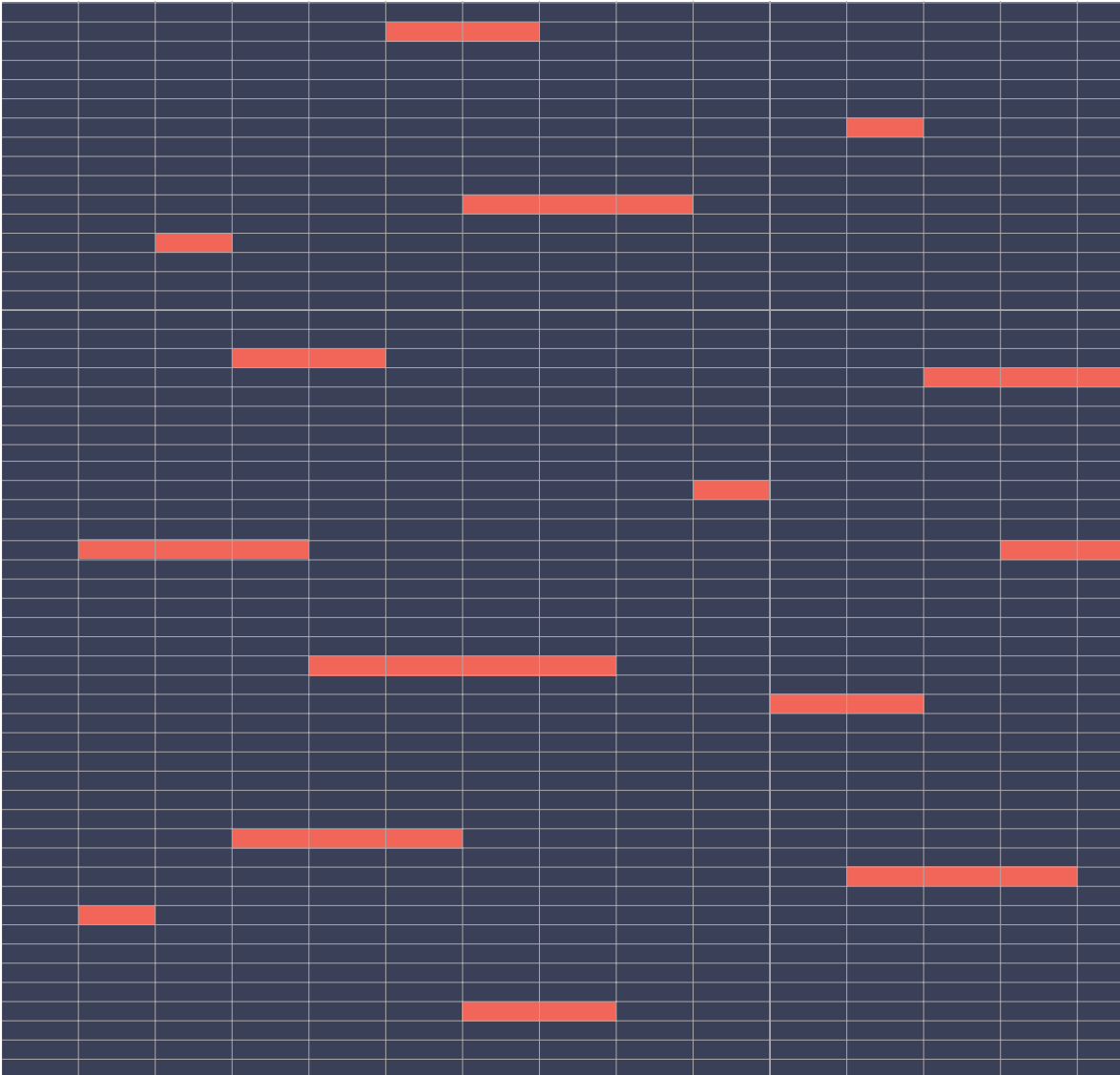
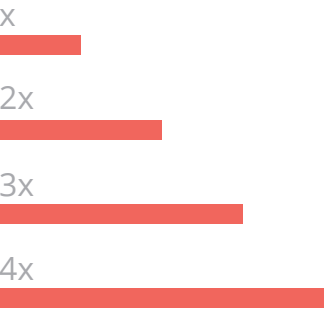
Muller Bold

Наборный текст

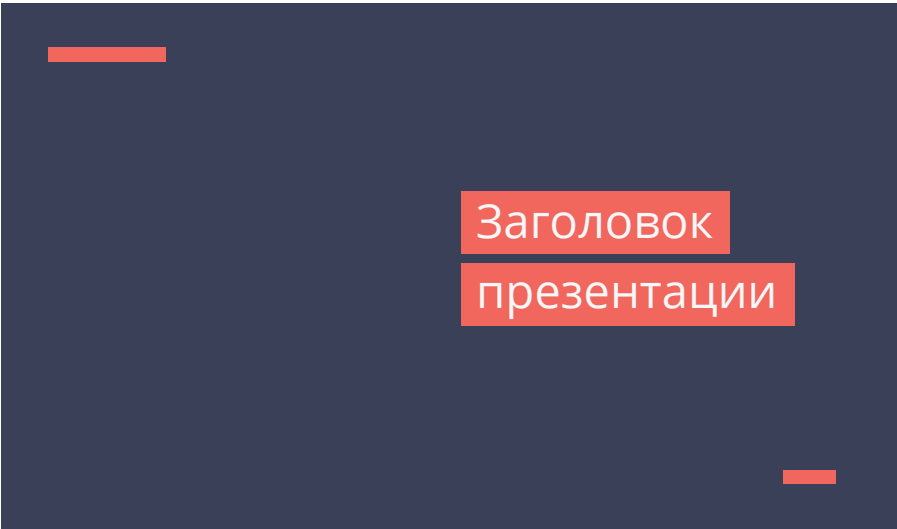
Для наборного текста рекомендуется использовать гротескные шрифты (без засечек).

Стилеобразующие элементы

Фирменная штриховка
Штриховка состоит из 4 ступеней 4 размеров, кратных друг другу. Ступени размещаются по сетке. Сетка состоит из ячеек, где каждая ячейка равна наименьшей ступени.



В зависимости от задачи в штриховке можно перемещать ступени, дополнять ее текстом, менять масштаб, сохраняя пропорции.

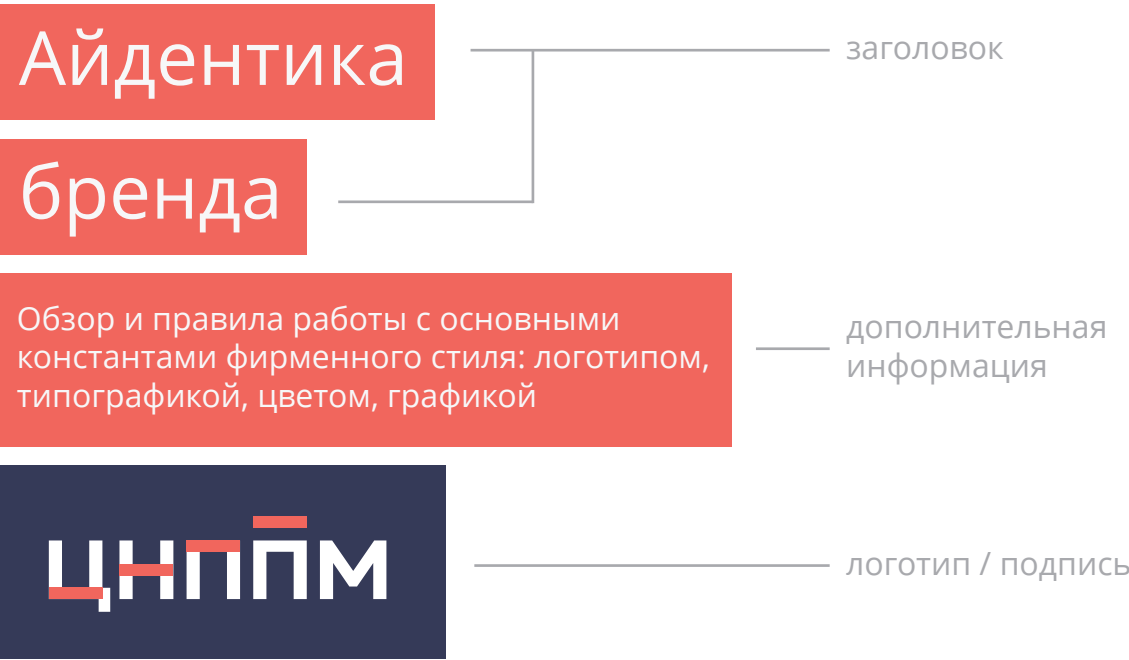


Ступенчатость

Ступенчатость — это единый принцип оформления главных сообщений и заголовков в коммуникационной продукции. Контент распределяется по иерархии:

- 1. Заголовок
- 2. Дополнительная информация
- 3. Подпись / фирменный знак

Элементы располагаются один под другим в плашках, напоминающих ступени.



Кобрендинг с образовательной организацией

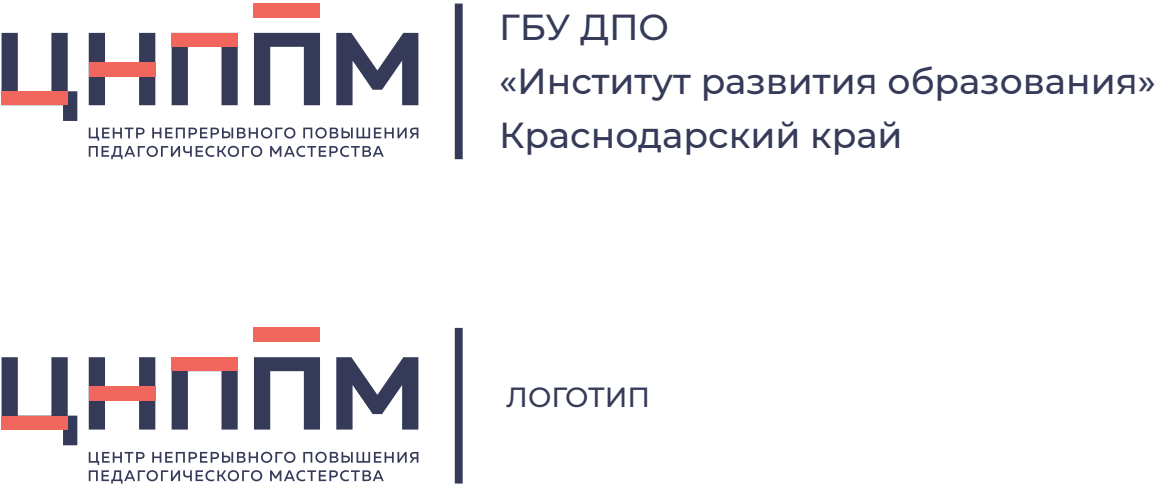
Фирменный знак может быть дополнен названием или логотипом организации, на базе которой реализован центр. Кобрен-

динг может быть актуален для мероприятий, социальных сетей, промопродукции.

Если название образовательного учреждения уникальное, то населенный пункт можно не указывать.

В примере использован бесплатный шрифт Montserrat SemiBold.

Если у организации есть свой фирменный знак, то можно использовать его.



Всегда используйте графические файлы из оригинальных макетов — не пытайтесь создавать их самостоятельно.

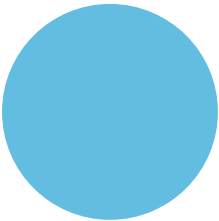
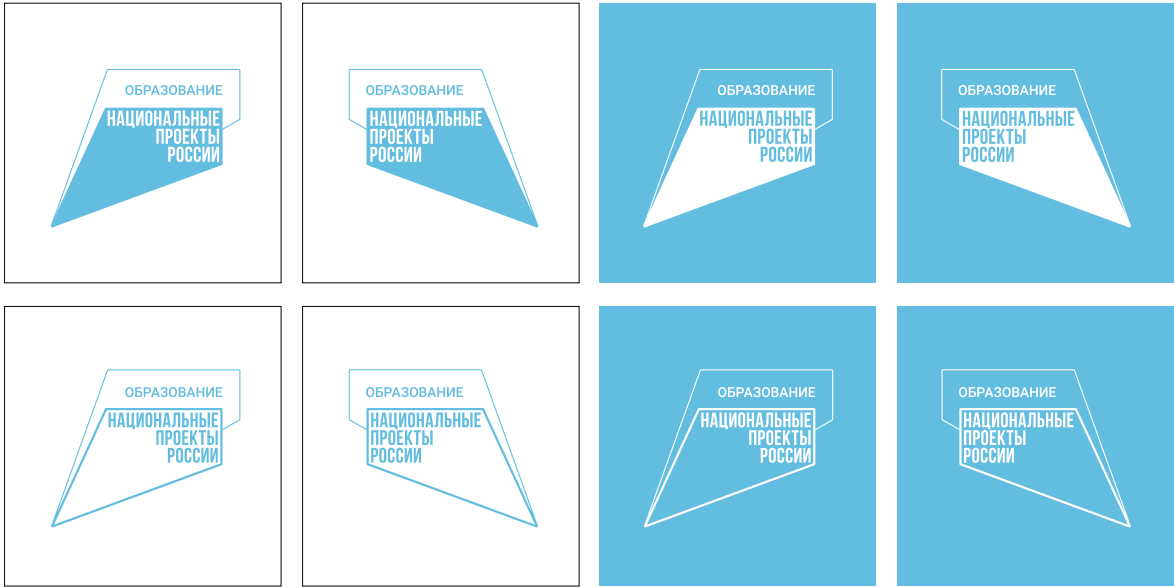
Подробные рекомендации по использованию фирменного знака НПО см. в брендбуке «Национальные проекты / Образование».

Кобрендинг с фирменным знаком нацпроекта «Образование»

Кобрендинг с фирменным знаком национального проекта «Образование» (НПО) используется в полиграфической и медиапродукции (баннеры, бейджи, грамоты). Сувенирная продукция может быть

без кобрендинга (футболки, ручки, блокноты, пакеты). Правила применения кобрендинга в интерьере см. в «Руководстве по дизайну и проектированию образовательного пространства «ЦНППМ».

Фирменный знак НПО



CMYK 50; 0; 0; 10
RGB 100; 189; 225



вернуться к содержанию

Примеры компоновки кобрендинга

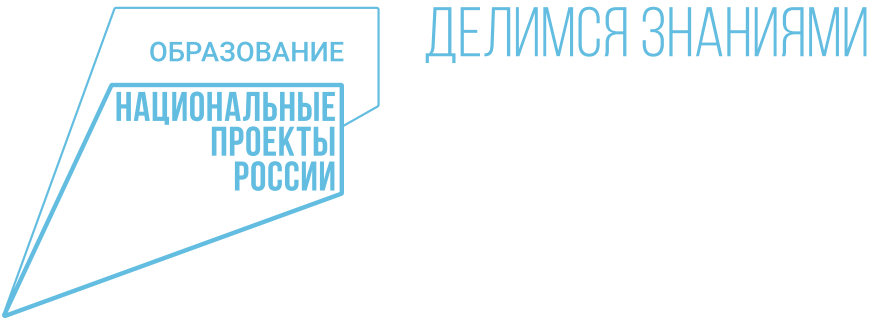


Всегда используйте графические файлы из оригинальных макетов — не пытайтесь создавать их самостоятельно.

Подробные рекомендации по использованию фирменного знака НПО см. в брендбуке «Национальные проекты / Образование».

Графические приемы для оформления макетов с кобрендингом

Фирменный знак НПО может располагаться на плашках фирменных цветов и дополняться фирменной подписью.



Фирменный блок НПО с подписью



Фирменный стиль
«ЦНППМ»

Всегда используйте графические файлы из оригинальных макетов — не пытайтесь создавать их самостоятельно.

Подробные рекомендации по использованию фирменного знака НПО см. в брендбуке «Национальные проекты / Образование».



 вернуться к содержанию

Фирменный стиль
«ЦНППМ»



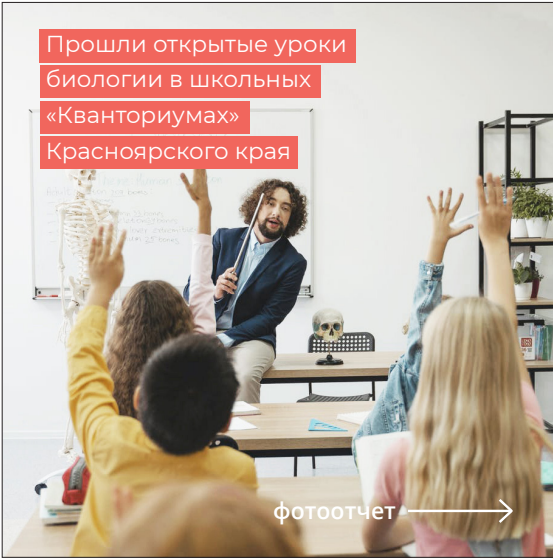
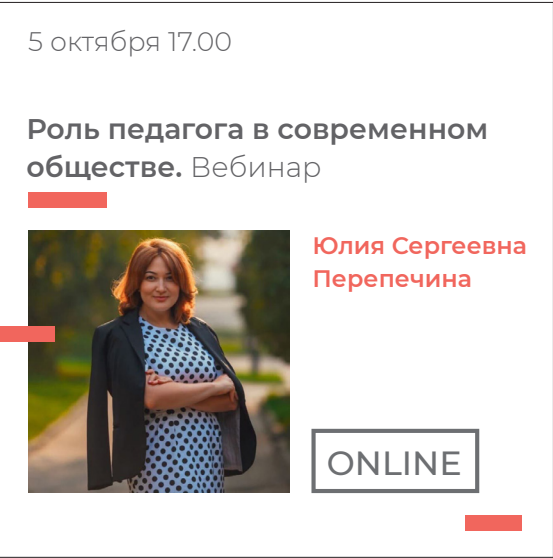


Начертание знака НПО для оформления медиа-контента (фото, видео).

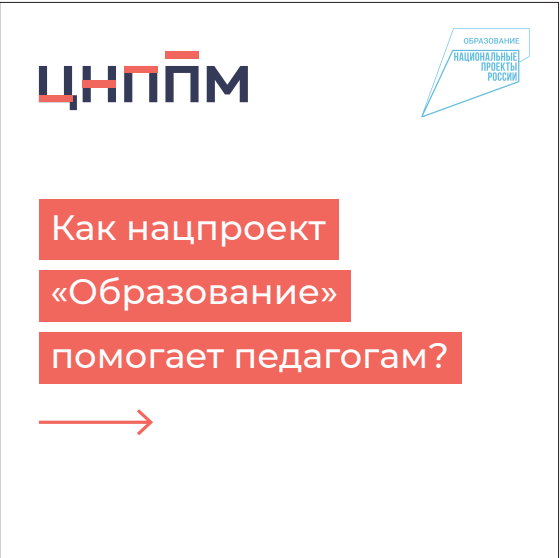
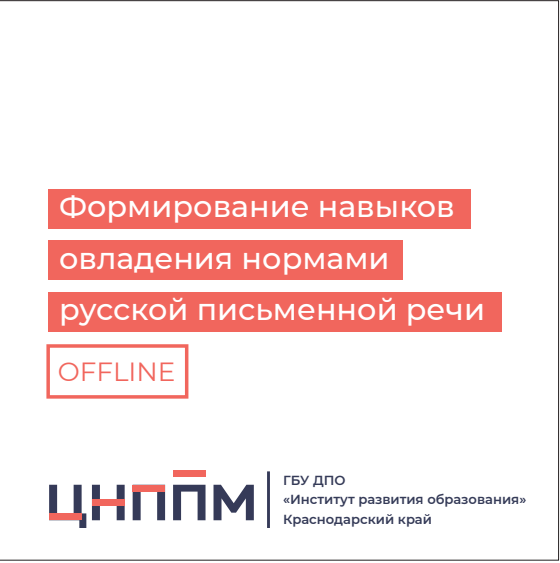
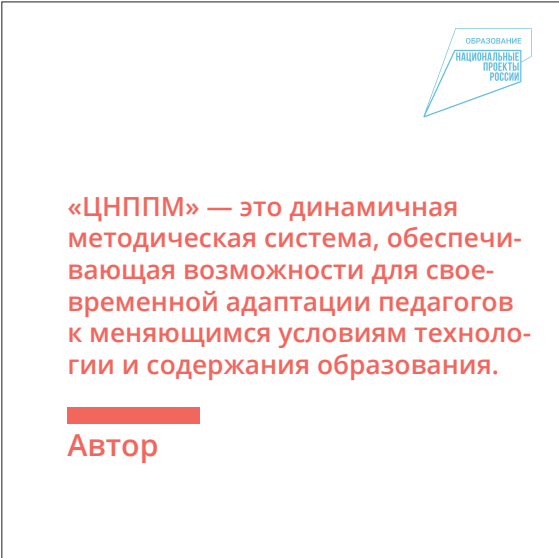
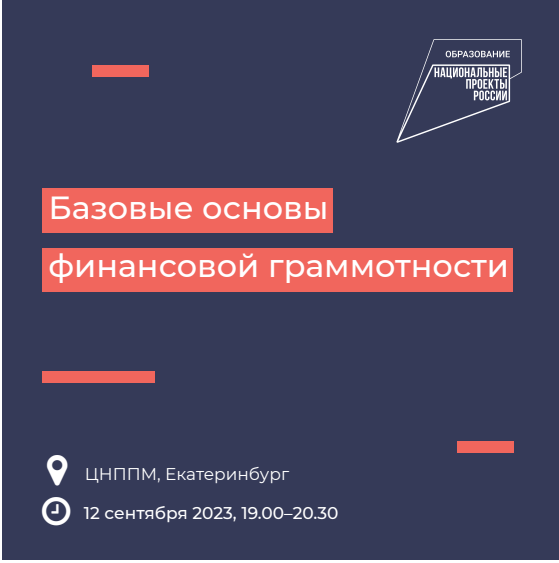
При ведении социальных сетей не следует увлекаться декорированием фотографий. Данные приемы подойдут для особых случаев: анонсов мероприятий, праздников, подведения итогов и т. д. В ежедневных публикациях лучше использовать естественные качественные фотографии без декора.

Оформление социальных сетей

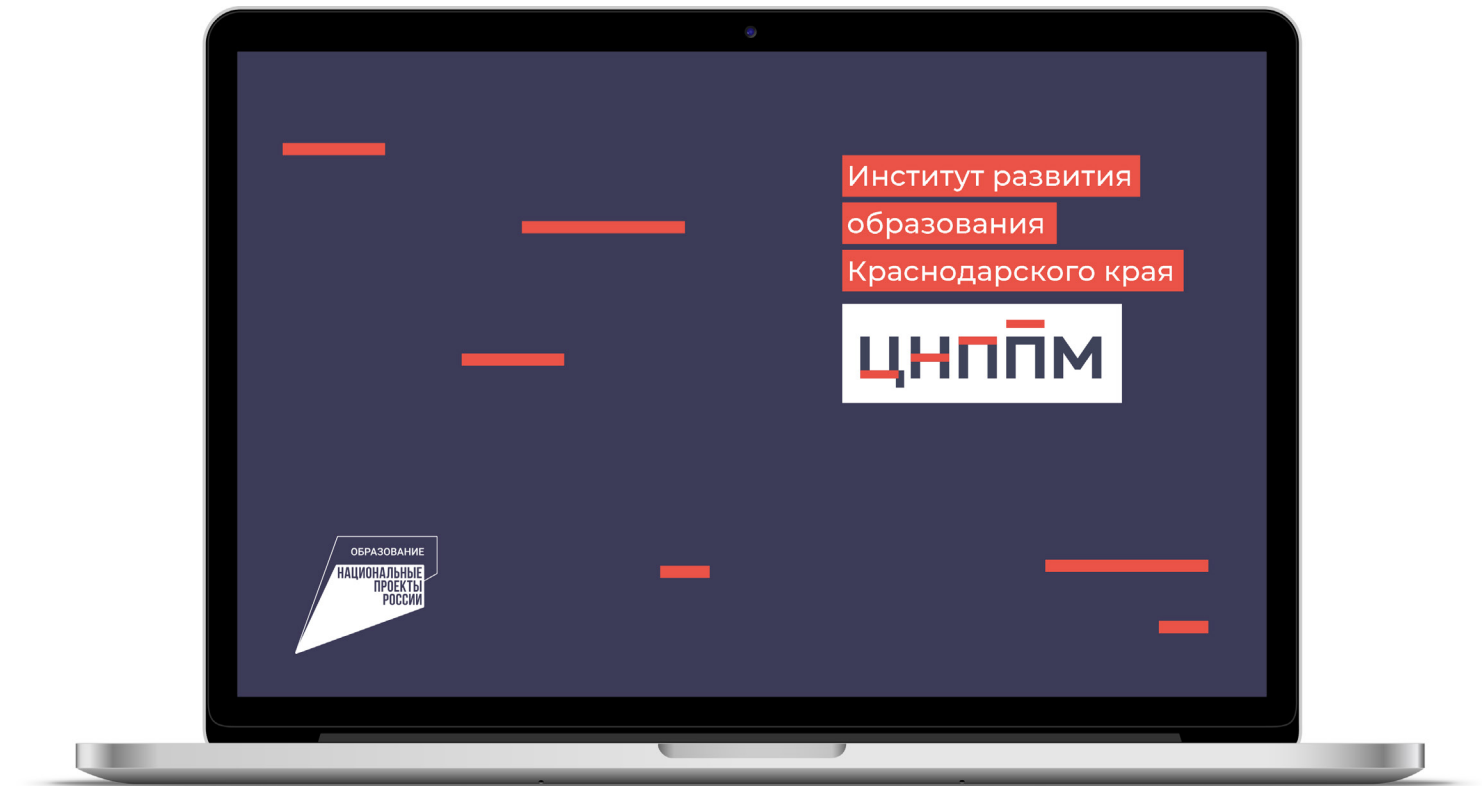
Фото+текст



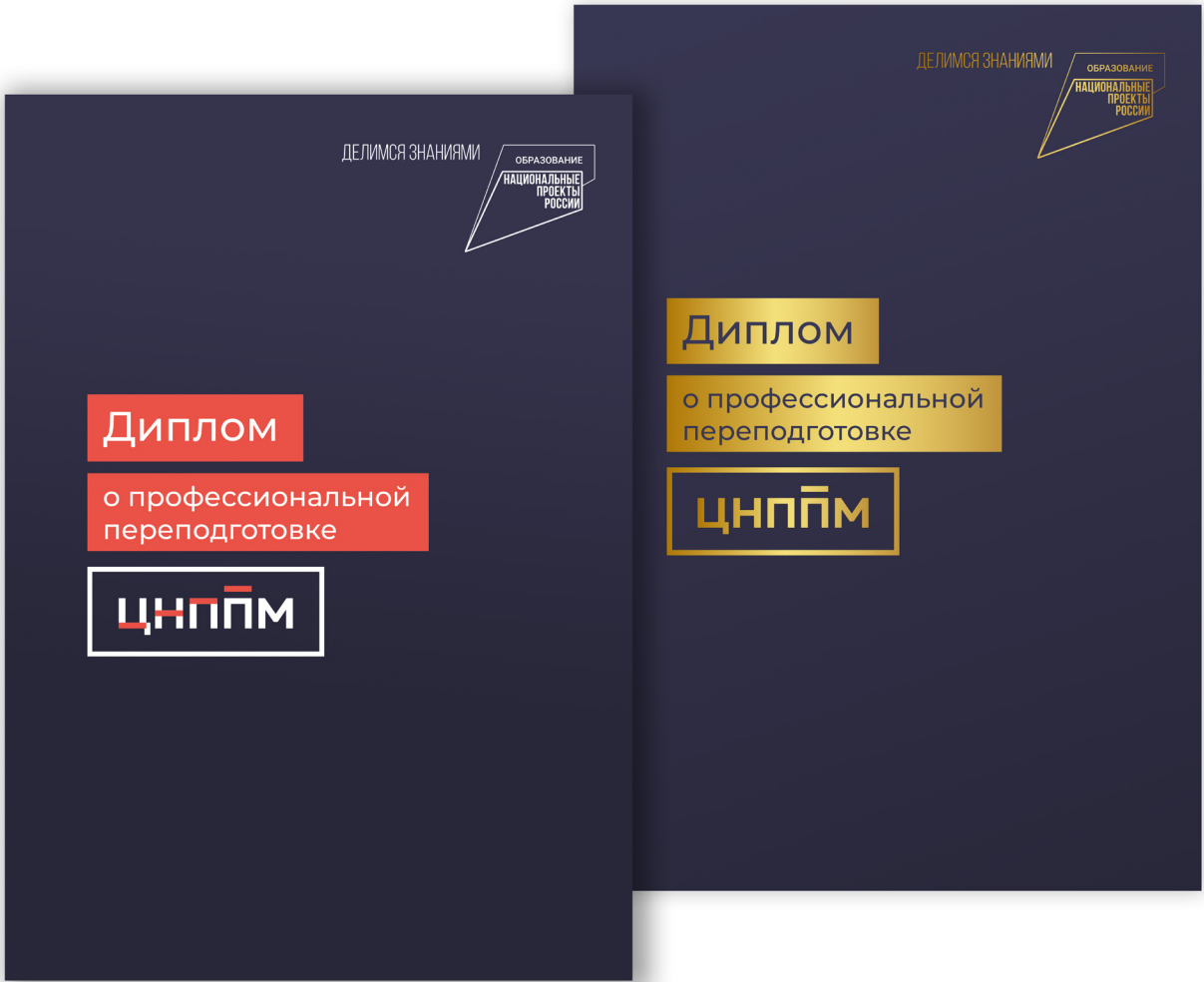
Текст+графика



Заставка рабочего стола



Почетные грамоты



Футболки



Блокноты, ручки



Фирменный стиль
«ЦНППМ»

Пакеты

На сувенирной продукции фирменный знак может использоваться совместно с логотипом НПО в зависимости от контекста.



Фирменный стиль
«ЦНППМ»

Бейджи



На баннерах фирменный знак следует использовать совместно с логотипом НПО. В зависимости от контекста может размещаться символика субъектов Российской Федерации, органов исполнительной власти и пр.



Интерьер

В учебных помещениях центров «ЦНППМ» размещается фирменный символ.

Для белых и светлых стен



Для цветных стен



Подобные требования по применению фирменного стиля в интерьере (в том числе кобрендинг с НПО), размерам и материалам фирменных элементов следует смотреть в «Руководстве по проектированию и дизайну образовательного пространства».

