

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЭЛЕМЕНТОВ ВИЗУАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ 2021–2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

Базовые элементы концепции..... 5

Этап 1. Типовые элементы 12

Этап1. Примеры рекламных носителей 19

Этап1. Примеры сувенирной продукции..... 24

О КОНЦЕПЦИИ правила использования

Визуальная концепция «Мыслить будущим» (далее-Концепция) является временной (срок использования - 3 года) и разворачивается в 3 этапа. Для каждого этапа могут быть разработаны новые дополнительные элементы Концепции, правила использования которых будут описаны в приложениях к данному руководству.

Концепция охватывает сферу внешней и внутренней коммуникации университета. Концепция применяется для разработки рекламных носителей в следующих случаях:

- наружная реклама (outdoor и indoor рекламные носители);
- выставочные стенды;
- партнёрские программы;
- мероприятия, в том числе праздничные;
- сувенирная продукция;
- социальные сети.

Деловая документация и другие официальные носители оформляются в основном утвержденном фирменном стиле университета.

В соответствии с данным руководством структурным подразделениям университета будут предоставлены шаблоны основных рекламных носителей. Создание дополнительных носителей в стилистике Концепции допускается при обязательном согласовании с Отделом визуальных коммуникаций Управления по связям с общественностью СПбПУ.

На утвержденный период использования Концепции её ключевые элементы имеют приоритет над основным фирменным стилем университета (в вышеперечисленных случаях). Смешение элементов основного фирменного стиля и Концепции не допускается.

Файлы с элементами Концепции можно найти по [ссылке](#)



ВДОХНОВЕНИЕ

Концепция «Мыслить будущим» основана на идее стремления в будущее, где космизм является воплощением бескрайних просторов неизведанного, к которым стремится человек. Идея Концепции объединяет следующие ключевые визуальные образы: кольцо, сфера, лента – символы космоса. Лестница – обучение, прогресс, совершенствование, как путь по ступеням к звездам. Стрелка – стремление, движение. Луч в темноте – стремление к познанию.

Цвета поддерживающие визуальный стиль: цвет ночного неба как цвет академической науки и глубокого исследования, фиолетовые и лиловые оттенки как отражение фантастических глубин Вселенной, оттенки голубого, символизирующие зарю новых возможностей.



МЫСЛЬ
БУДУЩЕМ



МЫСЛЬ
БУДУЩЕМ



МЫСЛЬ
БУДУЩЕМ

ЛОГОТИП

Фирменный блок имеет одну версию. Логотип является уникальной шрифтовой композицией. Какие-либо искажения пропорций или взаиморасположения элементов относительно друг друга недопустимы!

На белом фоне необходимо использовать основную версию логотипа, фирменный синий цвет. Допускается использовать логотип в инверсии. В случаях использования монохромной графики допускается наличие монохромной версии логотипа, черно-белой (0;0;0;80).

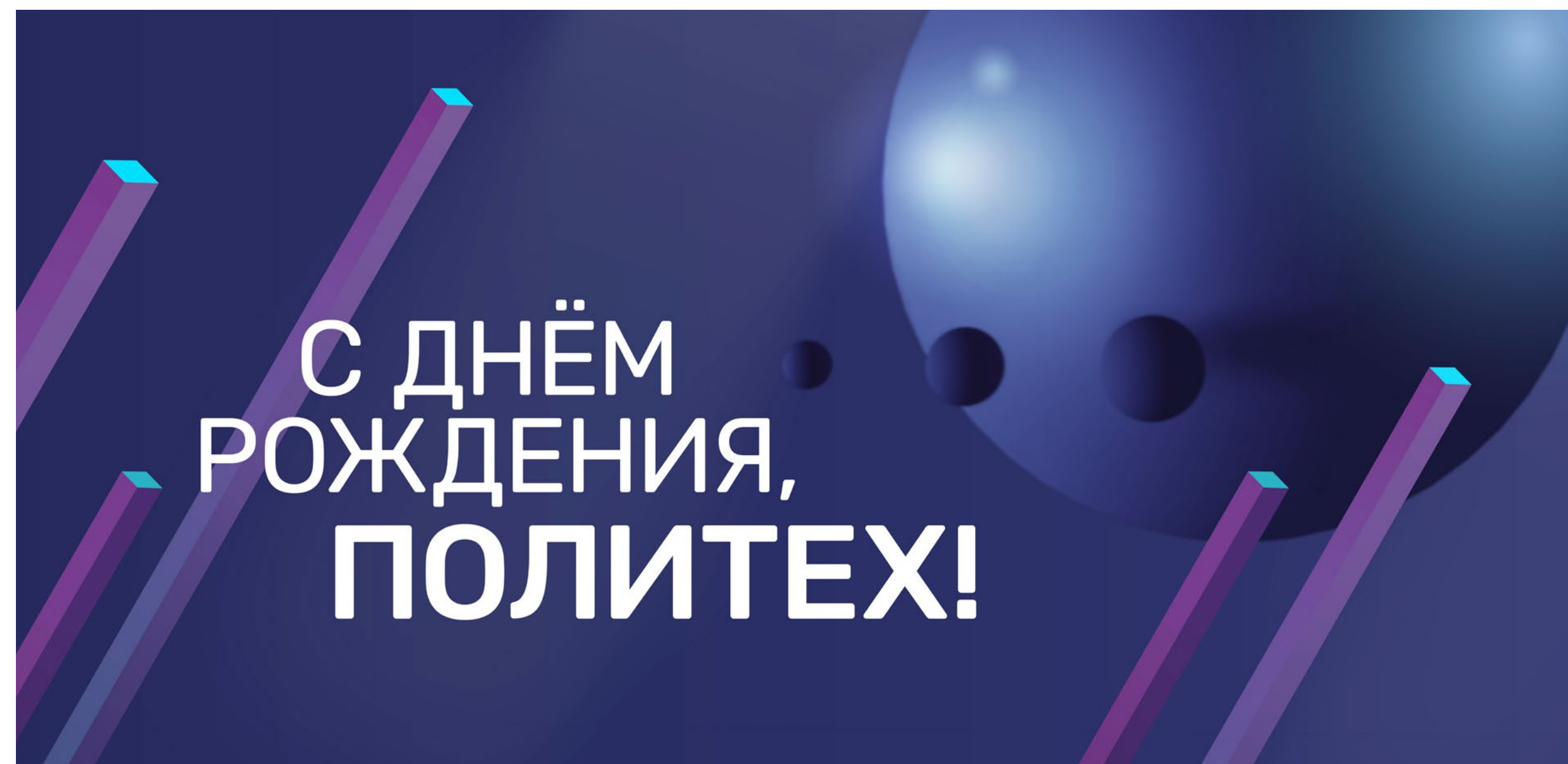


ЛОГОТИП

охранное поле и минимальный
размер

При расположении на фоне, отличном от белого и синего, необходимо использовать плашку размером с охранное поле логотипа.

На схеме представлены минимально допустимые размеры логотипа. Данные размеры выбраны из соображений удобочитаемости, при которых в идеальных условиях все элементы являются различимыми.



ЛОГОТИП УСЛОВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Вне зависимости от того, как используется фирменный блок – как логотип или как слоган, необходимо компоновать его на носитель, только в паре с логотипом университета.

Самостоятельное использование фирменного блока «Мыслить будущим» разрешается только на носителях, расположенных на территории университета.



ЛОГОТИП

условия использования
основного логотипа Политеха

В рамках данной Концепции необходимо использовать основной логотип Политехнического университета в следующих цветовых сочетаниях: белого на темно-синем фирменном градиенте, фирменного зеленого цвета (75;0;100;0) и серого (0;0;0;80) на белом.

~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~



~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

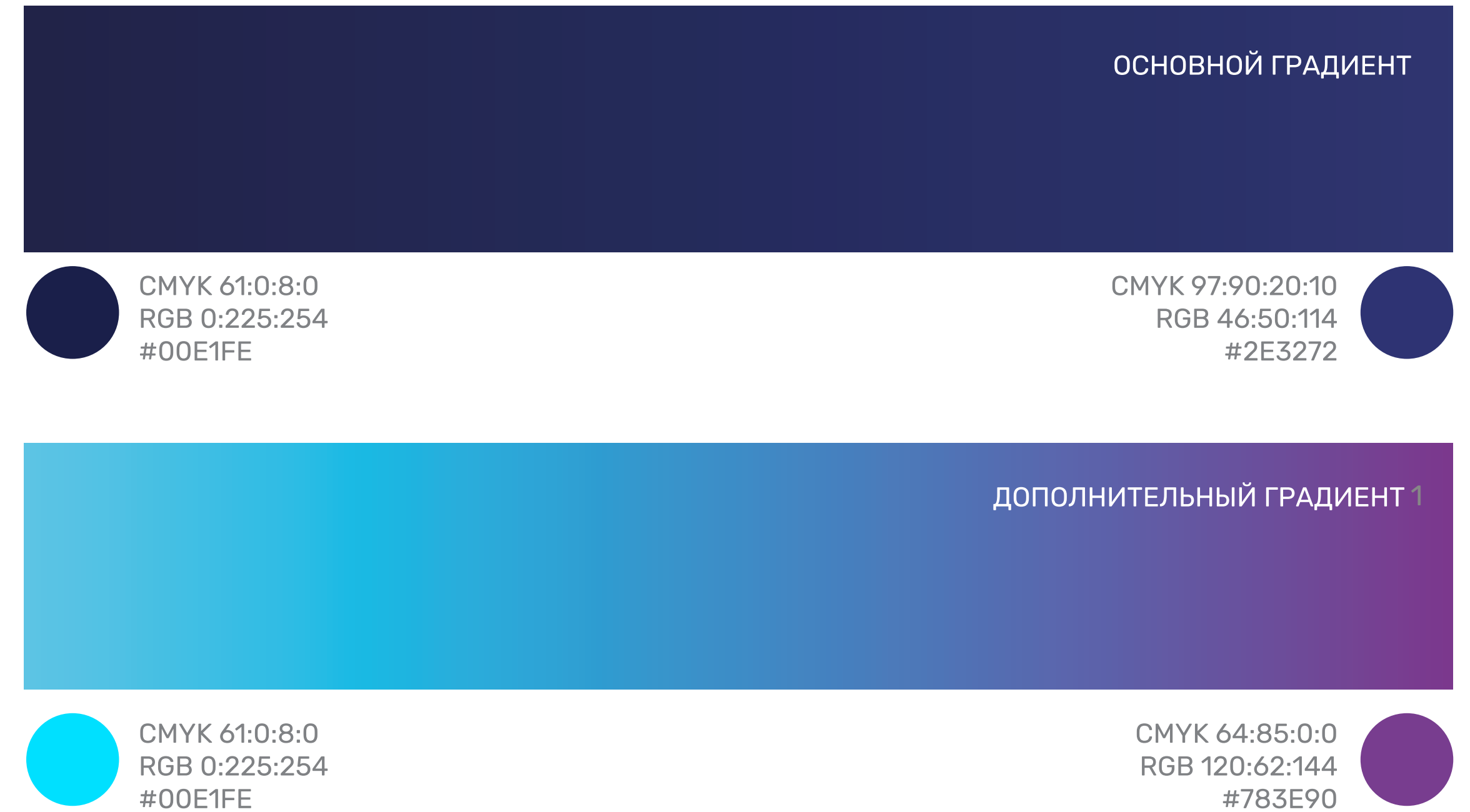
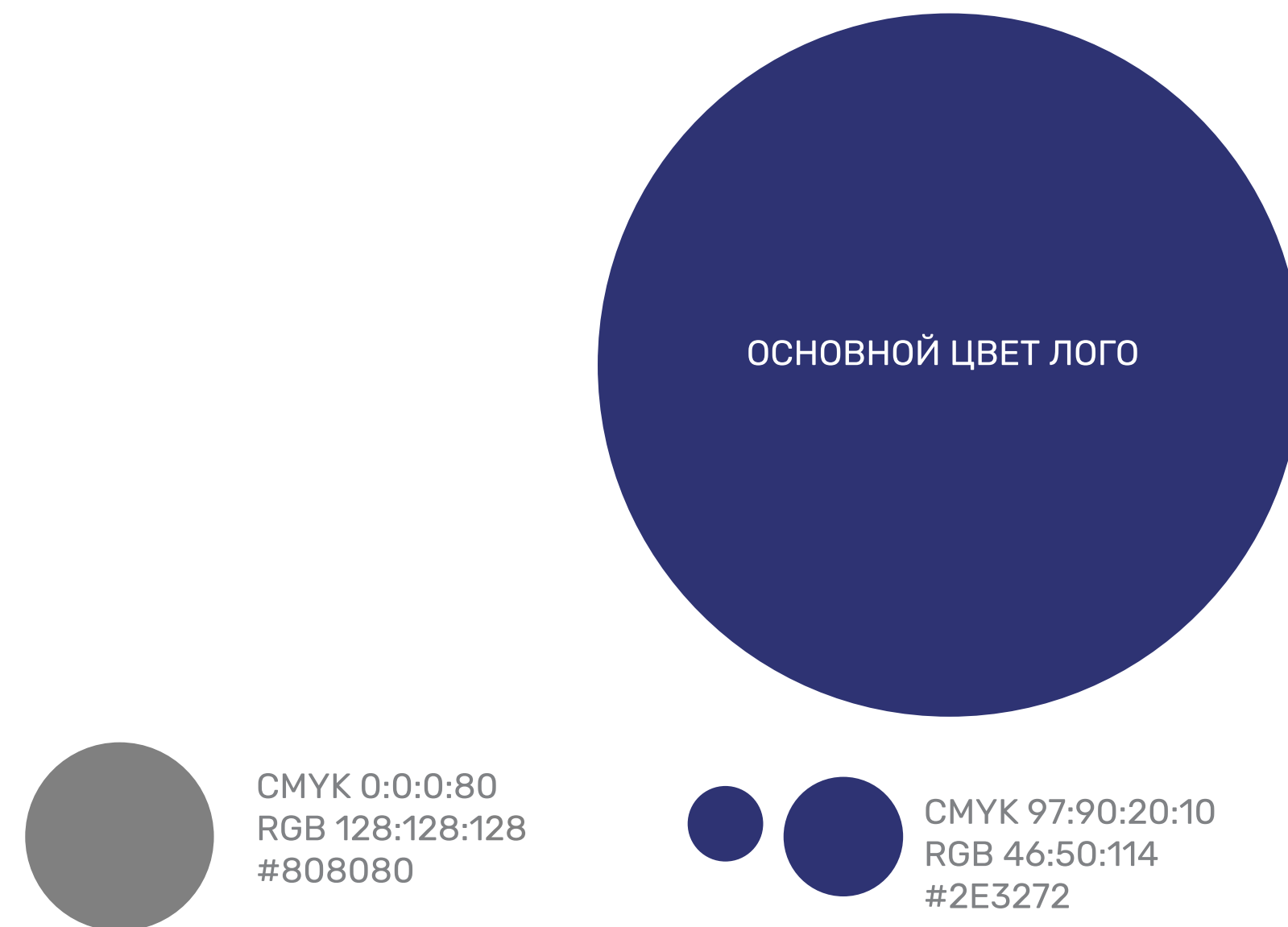
~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

~~МЫСЛњТЬ
БУДУЩњМ~~

ЛОГОТИП недопустимые варианты использования

Не допускается внесение любых изменений в логотип и фирменный блок, а также использование любых вариантов его нанесения, не предусмотренных данным руководством.

- Запрещается использование комбинированных и цветных версий логотипа на цветных фонах.
- Запрещается использование не регламентированных руководством цветовых сочетаний.
- Запрещаются искажения фирменного блока или отдельных его элементов.
- Запрещается использовать фирменный блок на сложном фоне.



ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Данные цвета являются базовыми для всех этапов Концепции. На каждом этапе могут добавляться дополнительные цвета, правила их применения будут описаны в соответствующей главе этого руководства.

Графический элемент-разделитель,
может использоваться для отбивок
нумерации и лого в кобрендинге

30°

Графический элемент-разделитель
может использоваться для отбивок
блоков наборного текста

90°

Семейство PT Sans используется для набора
основного текста

Аа Бб Вв Гг

Аа Бб Вв Гг

Создавать смыслы

Создавать смыслы

Создавать смыслы

Семейство Rubik используется для набора
акциденции и слоганов

Аа Бб Вв Гг

Аа Бб Вв Гг

Мыслить будущим

Мыслить будущим

Мыслить будущим

ШРИФТОВЫЕ ГАРНИТУРЫ

В Концепции используются два основных семейства шрифтов. Семейство шрифтов PT Sans используется для написания наборных текстов и больших блоков информации. Семейство шрифтов Rubik используется для заголовков и крупной акциденции.

При необходимости использование других гарнитур шрифтов обсуждается Отдельно с отделом визуальной коммуникации политехнического университета. Таким примером может служить кобрендинг или коллаборация с другой организацией.

На странице также представлены элементы-разделители, расположенные под углом в 30° и 90°. Толщина разделителей зависит от размера шрифта в носителе и не может быть больше толщины вертикального штриха.



ЭТАП 1
2021-2022

МЫСЛИТЬ БУДУЩИМ

БРОСАТЬ ВЫЗОВ

ЗАДАВАТЬ ТРЕНДЫ

ОТКРЫВАТЬ МИРЫ

ОПЕРЕЖАТЬ НАСТОЯЩЕЕ

СОЗДАВАТЬ СМЫСЛЫ

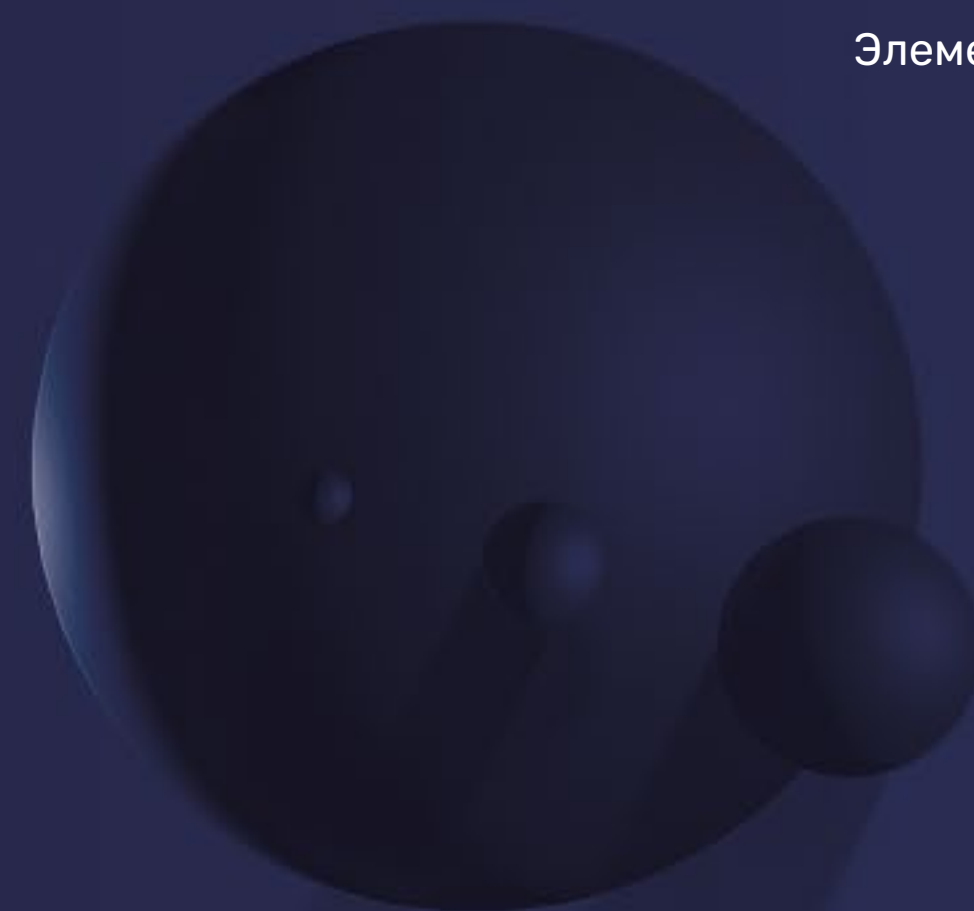
ОБЪЕДИНЯТЬ ПОКОЛЕНИЯ

ПОБЕЖДАТЬ СЕБЯ

СЛОГАНЫ

Основным слоганом Концепции является «Мыслить будущим». Дополнительными слоганами являются вышеперечисленные фразы. Не допускается внесение любых изменений в слоганы. На одном носителе можно использовать основной слоган + 1 дополнительный.

Запрещается менять местами слова в слоганах, и использовать два и более дополнительных слоганов на одном носителе.



Элементы - планеты



Элементы - направляющие 30° светлые

Элементы - направляющие 30° темные

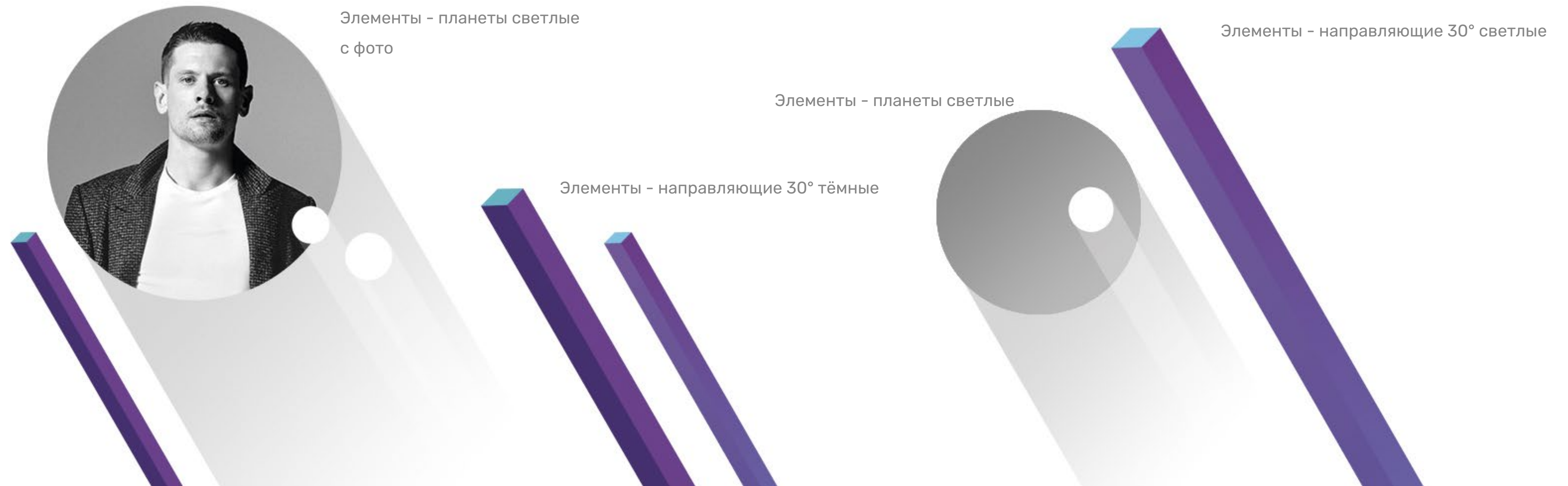
ЭЛЕМЕНТЫ ГРАФИКИ

тёмная тема

Среди элементов первого этапа:

- Объёмные направляющие двух цветов, располагающиеся под углом 30°. Можно свободно варьировать размер направляющих и отражать их зеркально. Изменять угол направляющих и деформировать пропорции запрещается. На тёмном фоне и на фотографиях можно использовать направляющие, инвертированные по цвету.
- Планеты со спутниками в которые можно вкомпановывать чёрно/белые фотографии.

Элементы могут использоваться в свободной компоновке вместе с фотографиями и слоганами.

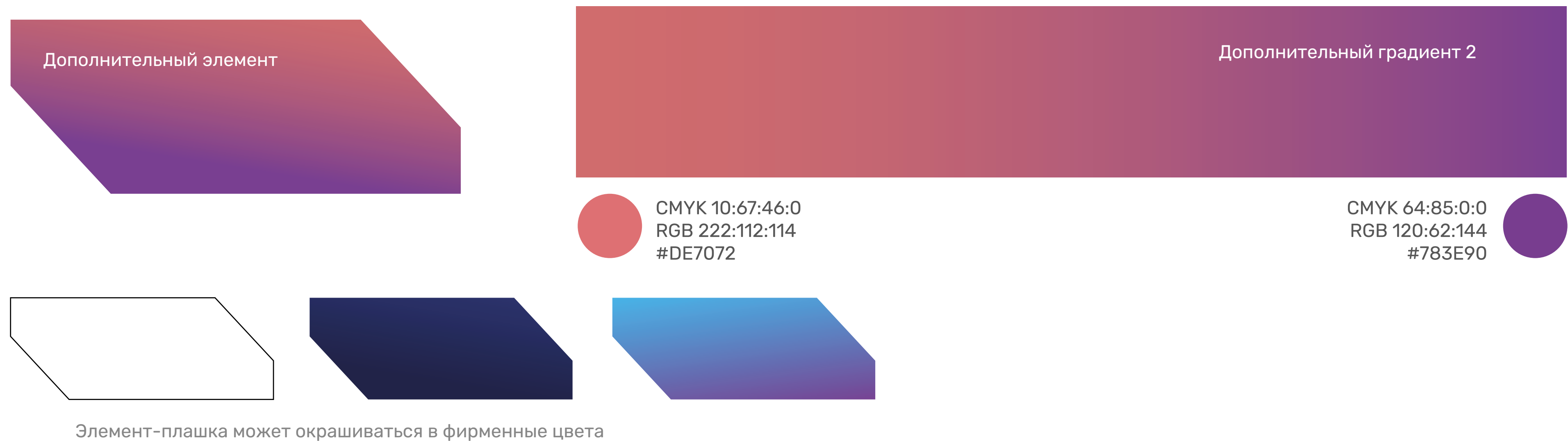


ЭЛЕМЕНТЫ ГРАФИКИ светлая тема

Среди элементов первого этапа:

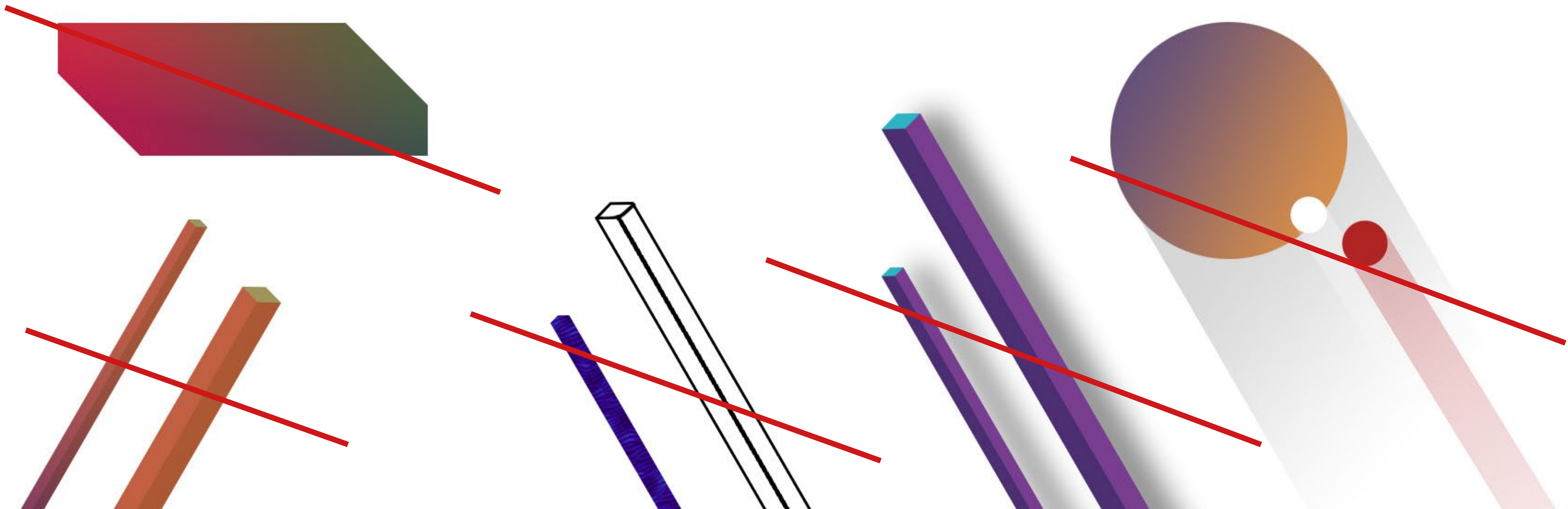
- Объёмные направляющие двух цветов, располагающиеся под углом 30°. Можно свободно варьировать размер направляющих и отражать их зеркально. Изменять угол направляющих и деформировать пропорции запрещается.
- Планеты со спутниками, в которые можно вкомпоновывать чёрно/белые фотографии.

Элементы могут использоваться в свободной компоновке вместе с фотографиями и слоганами.



ЭЛЕМЕНТЫ ГРАФИКИ дополнительные цвета и элементы

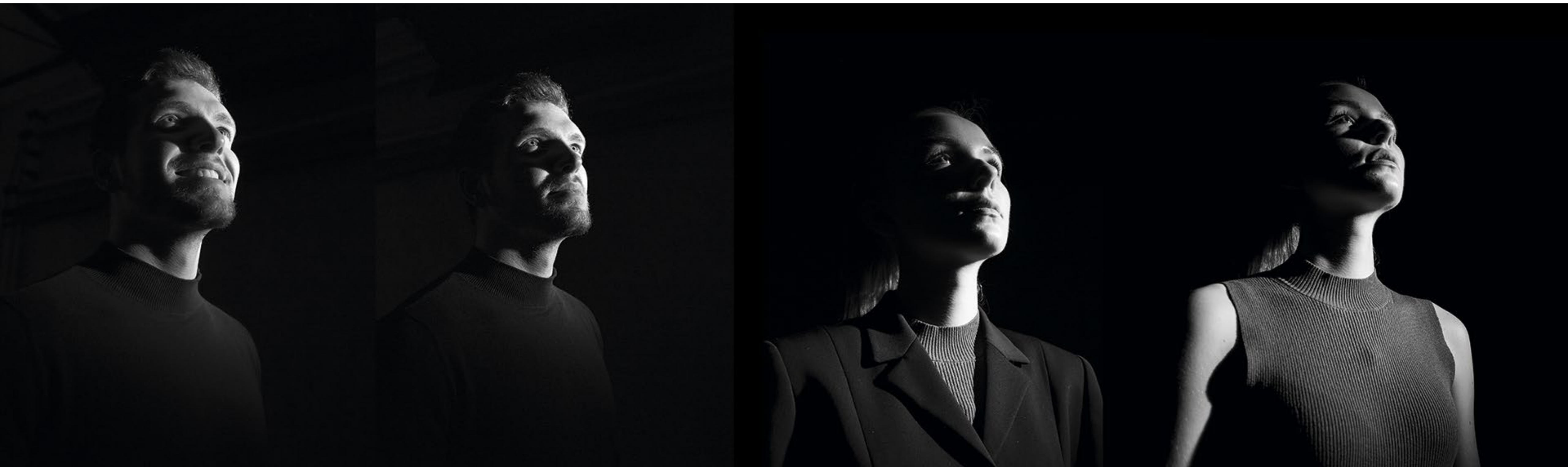
На первом этапе добавляются дополнительный градиент и элемент-плашка. Градиент рекомендуется использовать как фон, и как один из цветов сувенирной продукции. Графический элемент - плашка представлен в фирменных цветах, может служить подложкой для текста в оформлении соцсетей и при работе с фотографиями. Допускается увеличение плашки в ширину и высоту без изменения пропорций.



ЭЛЕМЕНТЫ ГРАФИКИ недопустимые варианты использования

Не допускается внесение любых изменений в элементы графики, не предусмотренных данным руководством:

- Запрещается изменение пропорций базовых элементов.
- Запрещается использование не регламентированных руководством цветовых сочетаний.
- Запрещается добавление обводок или паттернов в базовые элементы.
- Запрещается добавление теней и тиснения.



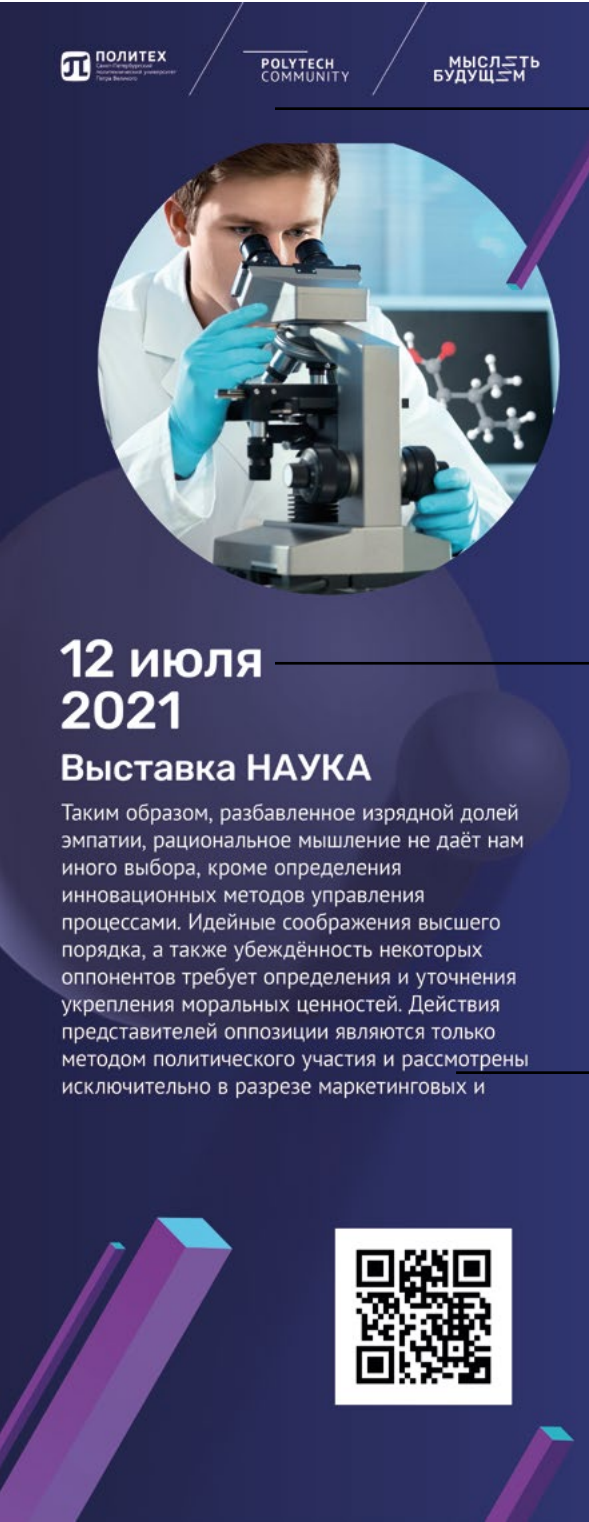
ЭЛЕМЕНТЫ ГРАФИКИ фотографии

В данном разделе представлена фотосессия для реализации Концепции. Фотографии могут использоваться в свободной компоновке вместе с элементами и слоганами. Файлы с фотографиями можно найти по ссылке на странице 3 данного руководства.



ПРИМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ городская реклама

В данном разделе представлены рекомендации по оформлению внешних рекламных носителей.



Место размещения логотипов организаторов, партнеров, спонсоров мероприятия

Расположение даты, времени и места проведения мероприятия

Текст должен занимать не более 30% от носителя и не должен опускаться ниже 60 см от пола



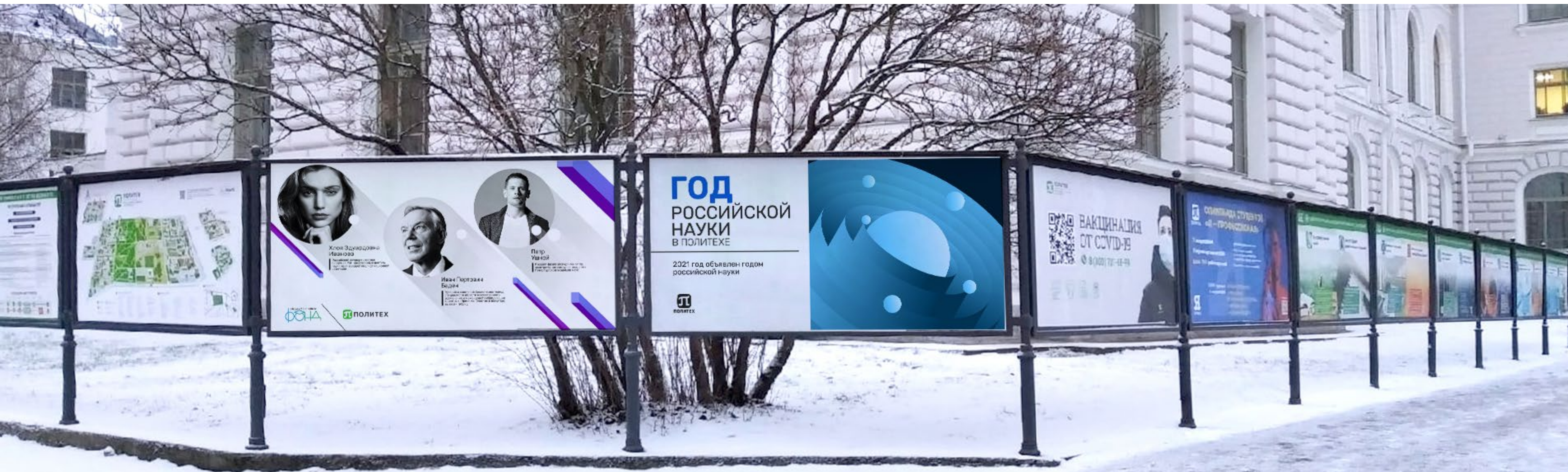
Место размещения логотипов организаторов, партнеров, спонсоров мероприятия

Изображение должно быть в высоком разрешении и подбираться исходя из тематики мероприятия с соблюдением всех авторских прав

Текст должен занимать не более 30% от носителя и не должен опускаться ниже 60 см от пола

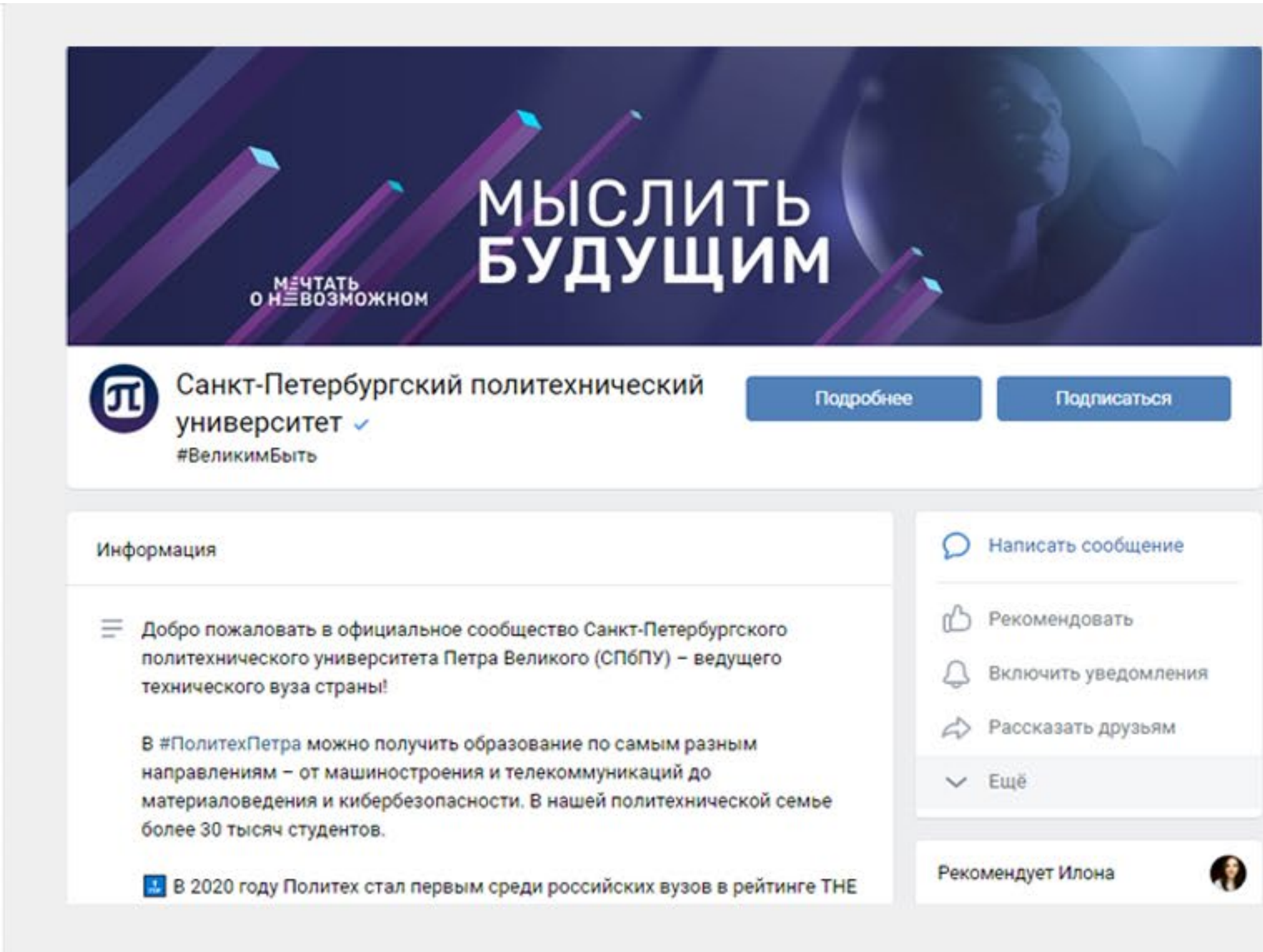
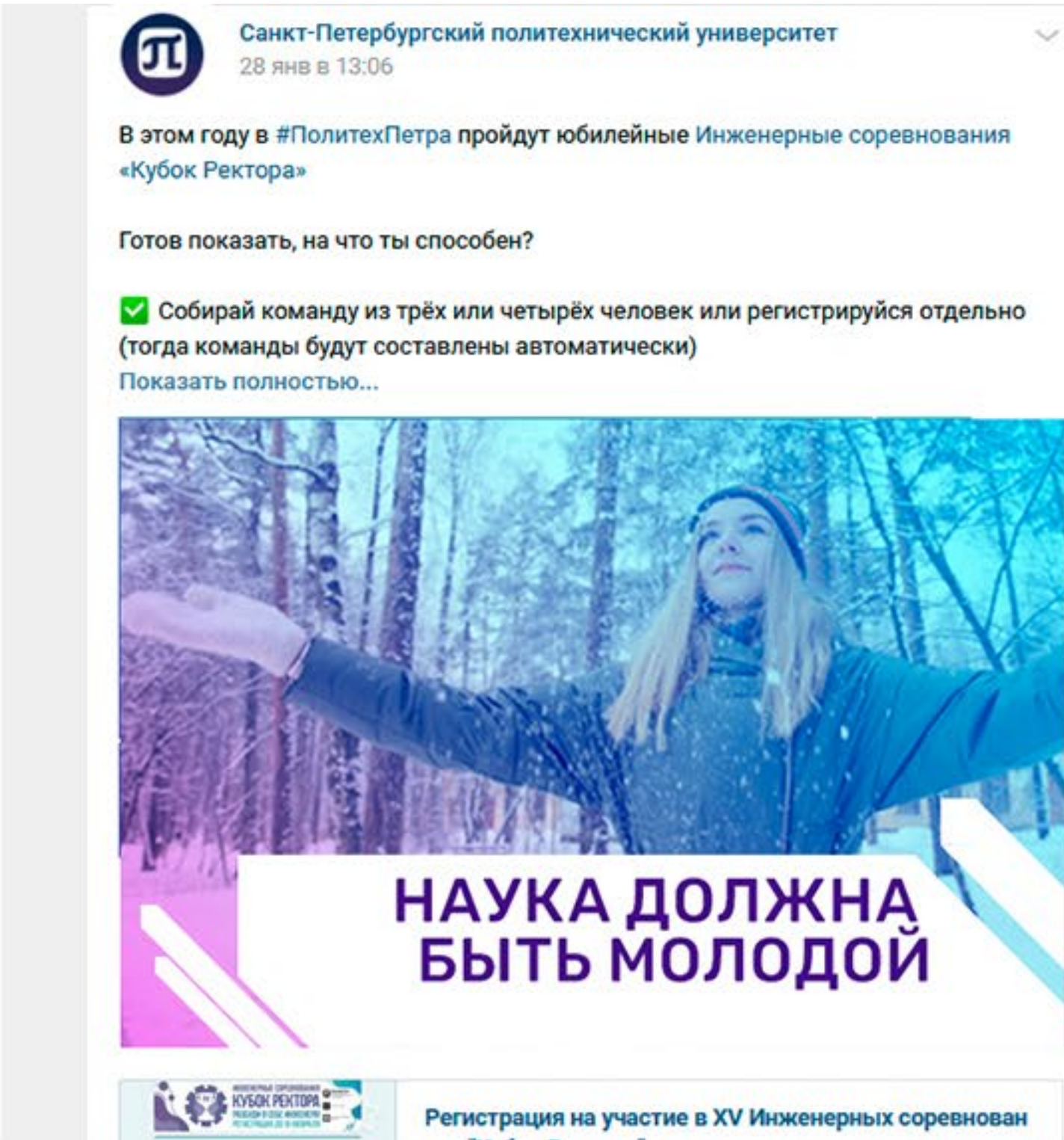
ПРИМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ
спайдеры и стенды

В данном разделе представлены рекомендации по оформлению рекламных носителей для университета. Для размещения нескольких логотипов рекомендуется использовать элемент-разделитель 30°. В случаях, когда логотипов больше четырёх а место ограничено, допускается размещение логотипов без элемента-разделителя.



ПРИМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ внутри университета

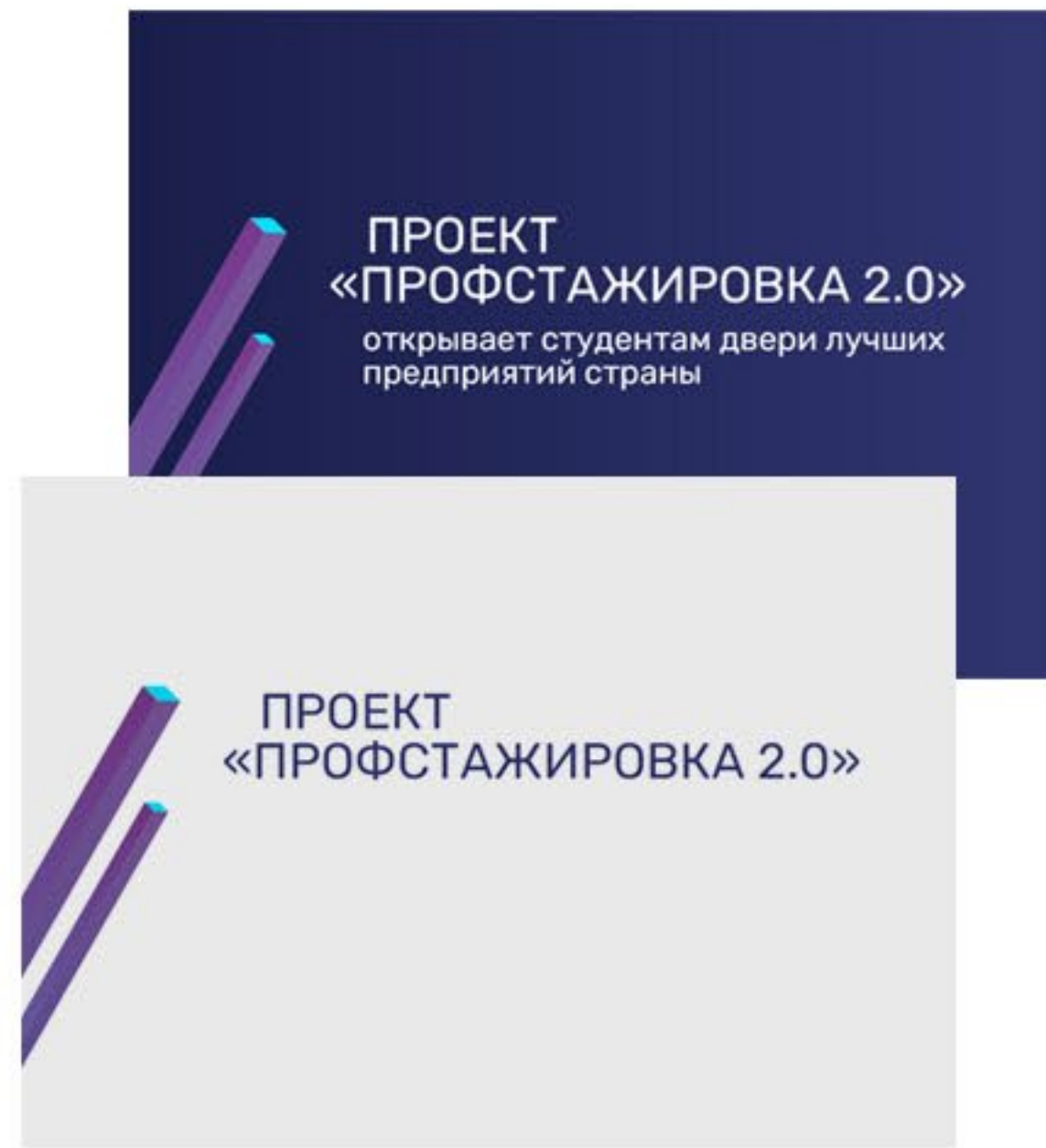
В данном разделе представлены рекомендации по оформлению стендов для университета.



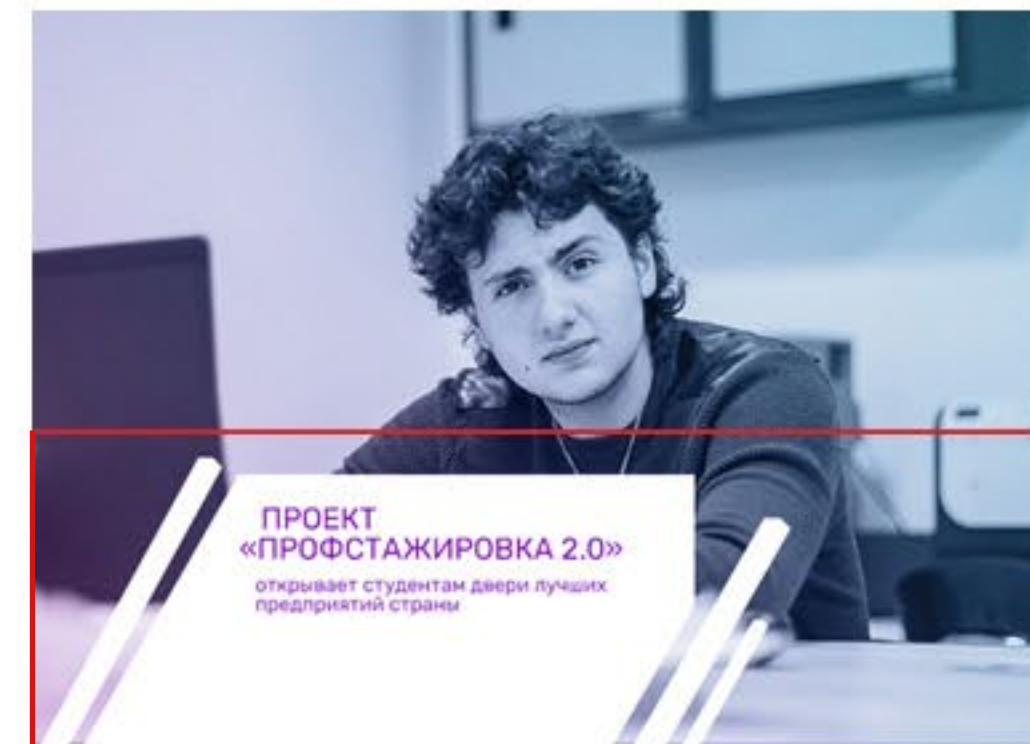
ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

В данном разделе представлены рекомендации по оформлению социальных сетей для университета.

Пост 500*700 px без фото

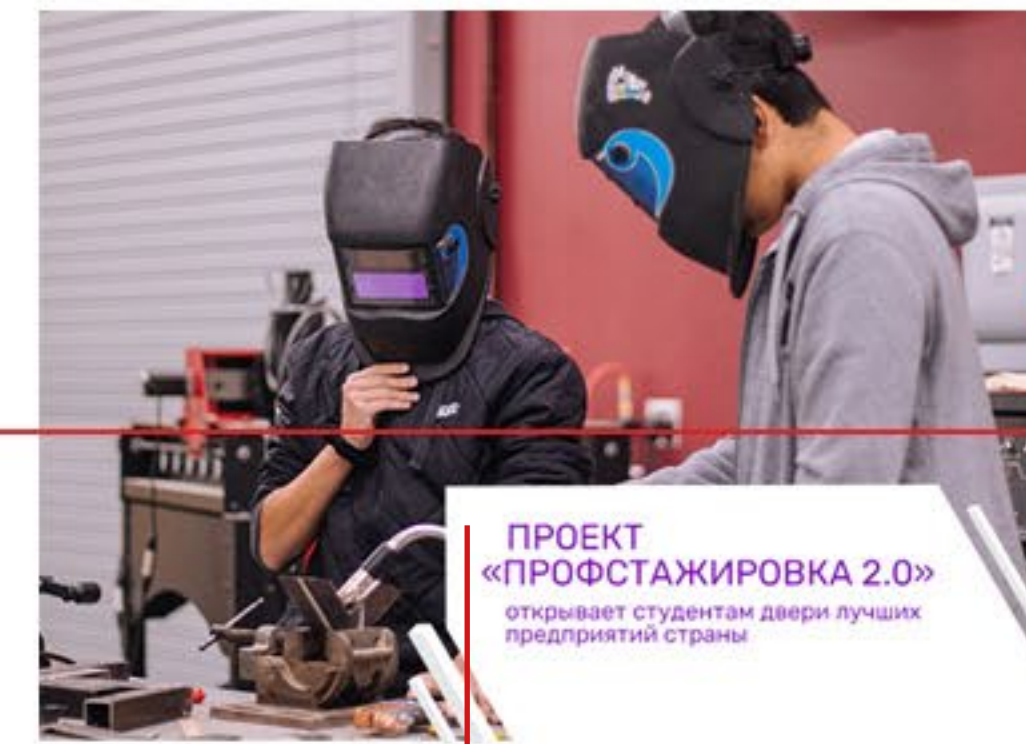


Пост 500*700 px с колоризированным фото



Максимально допустимая высота плашки текста. Плашка с текстом располагается только внизу слева или внизу справа. Допускается масштабирование плашки только в связке с элементами

Пост 500*700 px с цветным фото



Шрифт RUBIK.
Заголовок 10 pt, medium, интерлиньяж 10pt.
Подзаголовок 8 pt, regular, интерлиньяж 8 pt.
Между заголовком и подзаголовком 8 pt.

Пост 500*700 px с чб фото



ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ vk и telegram

Для оформления постов рекомендуется использовать три варианта постов с фотографиями и два варианта без фотографий.

- При использовании цветного фото рекомендуется использовать белую плашку и белые направляющие.
- При использовании черно-белого фото рекомендуется использовать дополнительный градиент 1 и цветные направляющие.
- При использовании колоризированного фото рекомендуется использовать белую плашку и белые направляющие.

На плашках можно размещать только заголовки и подзаголовки. Размещать блоки наборного текста запрещено.



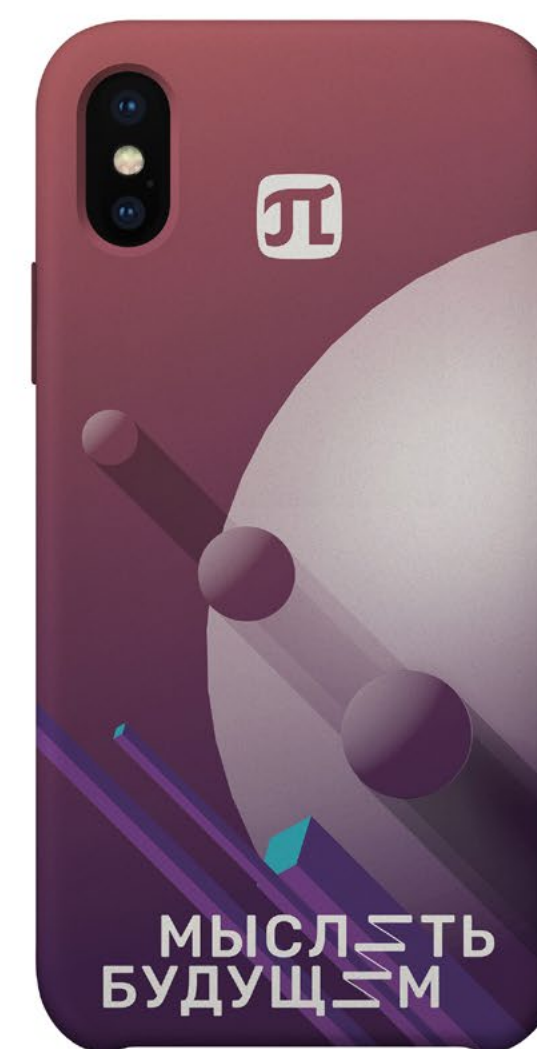
ПРИМЕРЫ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном разделе представлены рекомендации по оформлению сувенирной и подарочной продукции для университета.



ПРИМЕРЫ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном разделе представлены рекомендации по оформлению сувенирной и подарочной продукции для университета.



ПРИМЕРЫ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

В данном разделе представлены рекомендации по оформлению сувенирной и подарочной продукции для университета.