



Оформление визуальных коммуникаций
празднования 100-летнего юбилея
**Кубанского государственного
аграрного университета**

Здравствуйте!

Эта презентация содержит правила оформления визуальных коммуникаций празднования 100-летний юбилей «Кубанского государственного аграрного университета».

Этот файл следует отправлять подрядчикам, которые производят для вас дизайн в любых его видах: сайты, оформление социальных сетей, интерьеры, полиграфию или рекламу.

Это позволит сохранить единообразие на всех ваших носителях бренда и создать целостностное восприятие бренда.





ТРАДИЦИИ

ФУНДАМЕНТАЛЬНОСТЬ

ИННОВАЦИИ

Триединство ценностей — основа бренда КубГАУ

КубГАУ уже сформулировала свои ценности и транслирует их в коммуникациях. Традиции, фундаментальность, инновации — понятия, которые уже ассоциируются с Университетом. Традиции — для тех, кто ценит историю, фундаментальность для рассудительных, а инновации для визионеров.

Каждый причастный к КубГАУ человек по умолчанию несет в себе все три ценности, но приоритетом является одна из них, соответственно особенностям характера и образа мышления.

Правила пользования
фирменным стилем

Фирменные
элементы



Правила пользования
фирменным стилем

Логотип

ЛОГОТИП ОСНОВНОЙ

Графическая находка заключается в том, что колос пшеницы стилизован в виде стрелок.

Логотип отражает все заложенные в бренд смыслы: плодородный регион и скорость доставки.

Логотип выглядит энергично, благодаря динамичной композиции элементов.



ЛОГОТИП цвет и фон

Цвета логотипа – оранжевый или белый. В зависимости от насыщенности фона меняется цвет. Это делается на усмотрение дизайнера.

Белый фон



Яркий фон



Светлый цветной фон



Тёмный фон



ЛОГОТИП ОХРАННАЯ ЗОНА

Охранная зона логотипа определяет минимально допустимое расстояние от корпоративного знака до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета.

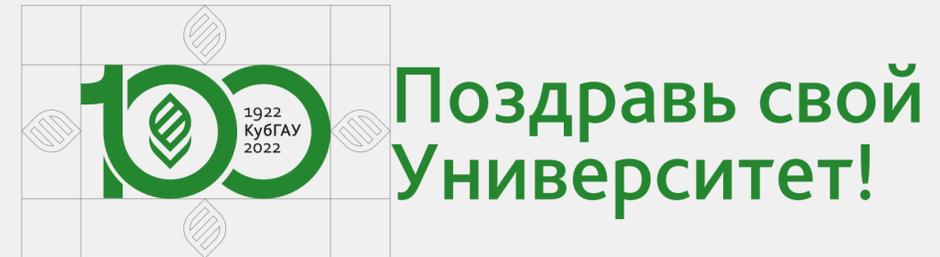
Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранной зоны.

Охранная зона равняется высоте «колоса-стрелки» в логотипе.



пример

Допустимая расстановка

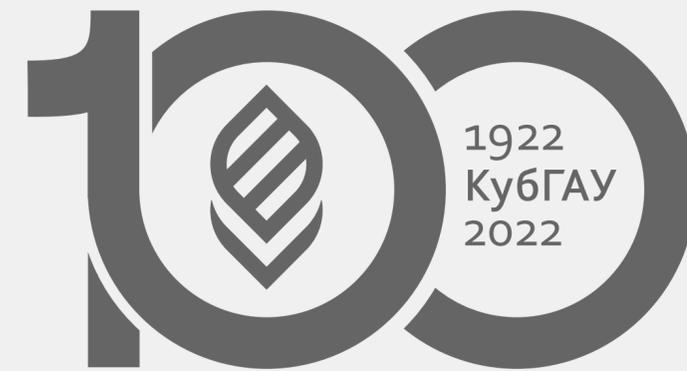


Недопустимая расстановка



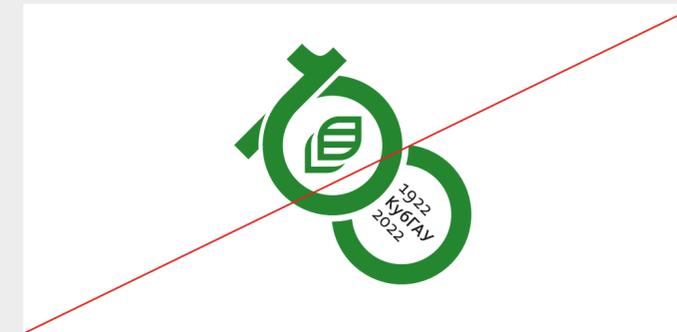
ЛОГОТИП цвет и фон

Логотип может быть в монохромных оттенках, если этого требует вёрстка или соседство с другими логотипами.



ЛОГОТИП недопустимое использование

При работе с логотипом важно соблюдать правила его использования и не допускать перечисленных манипуляций.



Поворачивать логотип



Растягивать логотип



Увеличивать отдельные элементы



Накладывать эффекты



Перекрашивать логотип
в другие цвета



Не использовать отдельные
элементы в качестве логотипа

Правила пользования
фирменным стилем

Дополнительные элементы

цвет палитра

Основная цветовая палитра основывается на фирменных цветах КубГАУ и состоит из зеленой гаммы.

Основной цвет



RGB 40:120:40
CMYK 80:10:100:20
Pantone 355 U



Дополнительный цвет



RGB 97:170:42
CMYK 60:0:100:5
Pantone 375 U



шрифт

Фирменный шрифт юбилея — гарнитура Bliss Pro

Bliss Pro Light

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

0123456789«»„”::? !@№#\$%&*()

Bliss Pro Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

0123456789«»„”::? !@№#\$%&*()

Bliss Pro ExtraBold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

0123456789«»„”::? !@№#\$%&*()

графика

В оформлении фонов используются фирменные элементы брендбука КубГАУ для сохранения общего фирменного стиля



КОМПОЗИЦИЯ

В качестве основного образа празднования используется дерево. В иллюстрации обыгрывается связь истории — черно-белая фотография и современные графические элементы.



КОМПОЗИЦИЯ ЛОГОТИП

Логотип может быть нанесён поверх фотографии или движущегося изображения.

Убедитесь, что логотип читается чётко, имеет достаточный контраст и чистое пространство с фоновым изображением.



Правила пользования
фирменным стилем

Коммуникации



заставки



оклейка автомобилей



Правила пользования
фирменным стилем

Сувенирная
продукция



ТРАДИЦИИ
прагматичные



ФУНДАМЕНТАЛЬНОСТЬ
целеустремленные



ИННОВАЦИИ
мечтательные

Соответственно идее, одаряемые делятся на три части — прагматики, целеустремленные и мечтатели. Вся сувенирная продукция также делится на 3 части, различающиеся по смыслу и визуальным признакам.



ТРАДИЦИИ
прагматичные

Кто они?

Интеллектуалы и прагматики, которые взяли на себя организацию, точные расчеты или законы.

Что подарить?

Все, что развивает память и логику — игры, головоломки.

Чтобы
подумать



Чтобы подумать



Экономическая
игра



3d пазлы



Аксессуары для
цифровых устройств



Головоломка
«Змейка Рубика»



ФУНДАМЕНТАЛЬНОСТЬ
целеустремленные

Кто они?

Основа внутри Университета. они точно знают, как нужно и зажигают окружающих своей энергией. Они ускоряют процессы и инициируют новые.

Что подарить?

Все, что поможет выплеснуть энергию — спортивное оборудование или лайфстайл-аксессуары.

**Чтобы быть
в тонусе**



Чтобы быть в тонусе



Баланс-борд



Фитнесс-ленты



Бутылка для воды



Фрисби



ИННОВАЦИИ
мечтательные

Кто они?

Визионеры, чьи идеи возникают интуитивно но оказываются дальновидными и стратегически успешными. Они не останавливают себя страхом неизвестного за рамками привычного.

Что подарить?

Все, что нужно в походе или долгой прогулке.

**Чтобы
прогуляться**



Чтобы помечтать



Рюкзак



Термокружка



Дождевик



Портативная колонка

ЕЩЕ



Также предусмотрены универсальные подарки и сувениры — общие для всех групп.



Добрые и вкусные подарки

Чем в первую очередь может похвастаться Аграрный университет, если не своими собственными продуктами?

Предлагаем оформить подарочную корзину с вином и вареньем.

Если для подарка коробка не предусмотрена,
положите подарок в фирменный пакет



Прагматик, целеустремленный или мечтатель?

Для выбора подходящего сувенира можно ввести короткий психологический тест. Передача подарка становится игрой и создает дополнительное эмоциональное вовлечение.

Бренд поворачивается к человеку той стороной, которая ему наиболее подходит, отражает его индивидуальность.

