



Руководство по использованию фирменного стиля

к 300-летию Санкт-Петербургского
государственного университета

Содержание

Традиции и ценности	4
Миссия	5
Основные элементы фирменного стиля	6
Международная версия логотипа	16
Цветовая палитра	29
Фирменный шрифт	36
Слоганы	41
Графические элементы	43
Полиграфия	48
Сувенирная продукция	66
Рекламная продукция, городская реклама, флаги	83
Веб-дизайн, социальные сети, презентации	88
Фотостиль	92



300
ЛЕТ СПБГУ

300 лет Санкт-Петербургскому университету

Санкт-Петербургский государственный университет — первый университет России — был основан 28 января (8 февраля) 1724 года. В этот день Петр I издал указ об учреждении Университета и Российской академии наук, в котором говорилось: «Университет есть собрание ученых людей, которые наукам высоким, яко теологии и юриспруденции, медицины, философии, сиречь до какого состояния оные ныне дошли, младых людей обучают».

В 2024 году СПбГУ отмечает свой 300-летний юбилей. Логотип продолжает концепцию знака 290-летия СПбГУ. Лаконичное, спокойное и минималистичное начертание будет выделяться за счет использования двух цветов — красного и золотого. Благодаря сочетанию цвета и формы композиция выглядит современно. В зависимости от контекста логотип применяется как отдельный декоративный элемент либо в сочетании со слоганом и гербом СПбГУ.

ТРАДИЦИИ И ЦЕННОСТИ

Санкт-Петербургский университет — старейший вуз России, сохранивший лучшие традиции и постоянно подтверждающий свое лидерство в новых областях науки и технологий.

Университет обладает одним из сильнейших преподавательских составов, уникальным Научным парком, на базе которого реализуются междисциплинарные исследования и совершаются прорывные открытия.

СПбГУ — один из ведущих мировых научных и образовательных центров с почти трехсотлетней историей.

Это университет с уникальными образовательными программами, часть которых не имеет аналогов в России и за рубежом, а абитуриенты и студенты по праву считаются одними из сильнейших в избранных ими предметных областях.

СПбГУ гордится своими выпускниками, среди которых нобелевские лауреаты, выдающиеся предприниматели, ученые, политики и деятели культуры. Особое внимание уделяется формированию и поддержке механизмов обмена опытом между выпускниками и студентами.

Среди ценностей универсанта особое место занимают развитие научного знания и образования, принципиальность в поиске истины, уважение к учителям, коллегам и ученикам.

МИССИЯ

Миссия СПбГУ заключается в развитии новых областей научного знания и стимулировании научно-производственной кооперации на российском и международном уровнях при сохранении и развитии преимуществ классического университета. Среди неизменных задач классического образования — формирование нравственной, ответственной, самостоятельно мыслящей и творческой личности.

Празднование 300-летия Университета, безусловно, должно познакомить широкую аудиторию с его историей, но также и привлечь внимание к современной роли СПбГУ как одного из мировых лидеров науки и образования.

Фирменный стиль представляет собой визуальное оформление миссии СПбГУ и отражает его сущность как классического университета, устремленного в будущее.

Основные элементы фирменного стиля

Логотип	7
Официальная версия логотипа с гербом	8
Логотип с расшифровкой-дескриптором	9
Версия для цветных фонов	10
Монохромные версии логотипа	11
Охранное поле логотипа	12
Горизонтальная версия	14
Вертикальная версия	15
Международная версия логотипа	16
Знак	22
Логотип в круге	23
Примеры недопустимого использования	24
Кобрендинг	26
Примеры использования логотипа	28



Основная версия

За основу взято простое плоскостное начертание числа 300. Надпись находится под знаком. Верхняя часть тройки окрашена в золотой цвет.

Текстовую часть логотипа недопустимо искривлять, масштабировать и перемещать внутри фирменного блока.

Минимальный размер логотипа составляет 10 мм по высоте.





Официальная версия логотипа с гербом

Логотип с гербом для использования в официальных документах, макетах для внешней аудитории (плакаты, листовки, реклама, макеты партнерских организаций), для которых важна узнаваемость бренда СПбГУ.

Минимальный размер логотипа с гербом составляет 15 мм по высоте.





Логотип с расшифровкой-дескриптором

Подходит для размещения на больших форматах, таких как афиши, баннеры, растяжки, реклама, печатная продукция больше формата А5, для лучшей читаемости дескриптора.





Однотонный логотип для цветных и черно-белых фонов. Версия логотипа используется на однотонном фоне. Запрещено использовать логотип на сложносоставных фонах (см. стр. 18), таких как фотографии, яркие фоны, перегруженные мелкими деталями.

Также белый логотип нельзя использовать на светлых неконтрастных фонах. Использование дополнительных цветов согласуется с Управлением маркетинга и медиакоммуникаций.



300
ЛЕТ СПБГУ

300
ЛЕТ СПБГУ

Монохромные версии логотипа

При невозможности использования логотипа в цвете нужно использовать монохромный или белый вариант.

300
ЛЕТ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОМУ
ГОСУДАРСТВЕННОМУ
УНИВЕРСИТЕТУ



Расчет охранной зоны для основной версии логотипа

Охранная зона помогает сохранять удобочитаемость и отделять один блок от другого. Размещайте текст и объекты так, чтобы они не попадали в пределы охранного поля.

Данный вариант охранного поля используется для размещения с логотипами факультетов, подразделений, институтов СПбГУ, а также логотипами партнеров Университета.



За модуль охранной зоны взята цифра 0.
В данной зоне запрещено располагать блоки
текста, различные графические элементы,
яркие фоновые рисунки (фотографии).

300 ЛЕТ СПбГУ



300 ЛЕТ
СПбГУ

Горизонтальная версия логотипа

Логотип в одну строку подходит для печати мелкой сувенирной продукции, так как этот вариант предполагает использование в мелком масштабе, например: печать на ручках, лентах бейджа, вышивки на одежде и др.

**Вертикальная версия логотипа**

Подходит для оформления бланков, флагов, баннеров, а также сувенирной продукции вертикальной ориентации.





**Основная международная версия
логотипа**

Основной международный логотип
Университета также состоит
из знака и надписи.

Надпись находится под знаком.

Текстовую часть логотипа недопустимо
искривлять, масштабировать и перемещать
внутри фирменного блока.

Минимальный размер логотипа составляет
10 мм по высоте.





Официальная версия международного логотипа с гербом

Логотип с гербом для деловой продукции, бланков, книг, брошюр и других макетов для иностранной аудитории.

Минимальный размер логотипа с гербом составляет 15 мм по высоте.

Любые трансформации логотипа запрещены.





Охранная зона логотипа на английском языке не отличается от русской версии. В этом случае размещайте текст и объекты так, чтобы они не попадали в пределы охранного поля.

Данный вариант охранного поля используется для размещения с логотипами факультетов, подразделений, институтов СПбГУ на иностранных языках, а также с международными логотипами партнеров Университета.

300 YEARS of SPbU



300 YEARS
of SPbU

Горизонтальная версия логотипа

Логотип в одну строку подходит для печати мелкой сувенирной продукции, так как этот вариант предполагает использование в мелком масштабе. Например: печать на ручках, лентах бейджа, вышивки на одежде и др.



**Официальная версия международного
логотипа с дескриптором**

Логотип с расшифровкой-дескриптором
на английском языке.

Подходит для размещения на больших
форматах, таких как афиши, баннеры,
растяжки, реклама, печатная продукция
больше формата А5, для лучшей
читаемости дескриптора.



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Вертикальная международная версия
логотипа



Вертикальная международная версия логотипа

Подходит для макетов, где необходимо
вертикальное расположение логотипа.
Например, в официальной документации
и других макетах полиграфии.





Использование знака

В некоторых случаях достаточно использовать знак, а не логотип. Знак яркий и лаконичный, что позволяет стилю оставаться узнаваемым.

Используется для фона или в случаях сложного изготовления в полиграфии, например при тиснении.



Логотип в круге

Неформальный вариант использования логотипа, вписанный в круг.

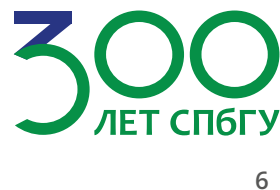
Подходит только для сувенирной и другой неофициальной продукции.

Не подходит для печатной продукции.



ПРИМЕРЫ НЕДОПУСТИМОЙ КОМПОНОВКИ ЗНАКА

Недопустимое использование

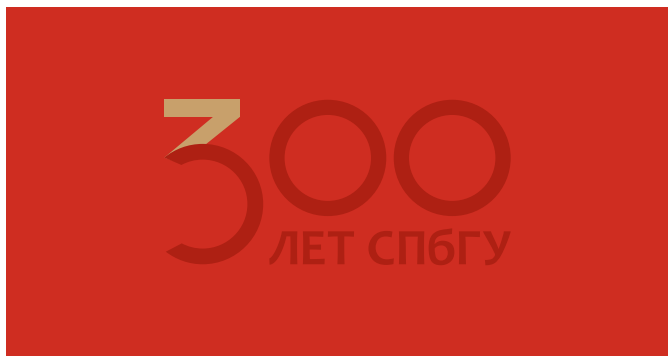


1. Не изменяйте пропорции логотипа
2. Не изменяйте пропорции логотипа
3. Не растягивайте логотип

4. Не меняйте размер элементов логотипа
5. Не изменяйте шрифт в логотипе и текстовой части дескрипторов
6. Не изменяйте цвета логотипа

7. Не меняйте местоположения элементов логотипа
8. Не нарушайте порядок размещения логотипа с надписями и дескрипторами
9. Не переворачивайте знак отдельно от герба

ПРИМЕРЫ НЕДОПУСТИМОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



10



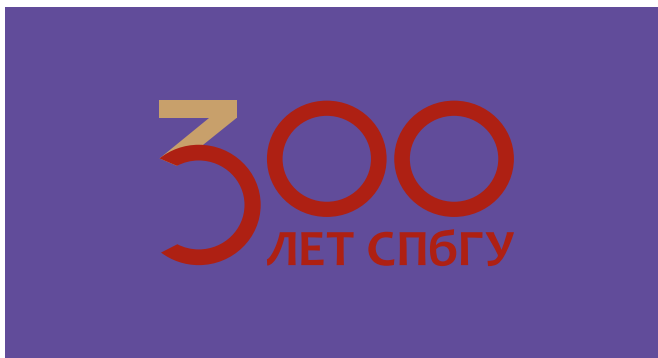
12



14



11



13



15

10. Недопустимо ставить логотип на фон, близкий к красному цвету, или неконтрастного цвета

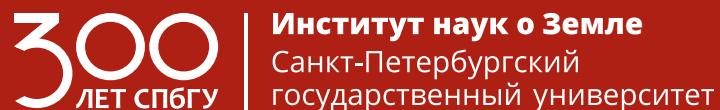
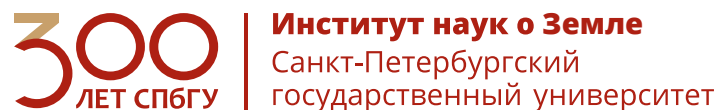
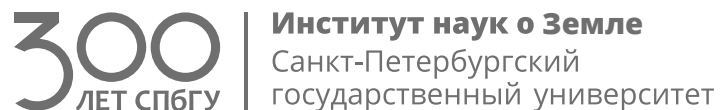
11. Недопустимо ставить логотип на яркий фон или фотографию без подложки белого цвета

12. Не используйте обводку в логотипе для выделения его на ярком фоне

13. Фон всегда должен быть контрастным по отношению к логотипу

14. Не используйте цветной логотип на ярком фоне

15. С цветным или серым фоном желательно использовать контрастный монохромный логотип



Варианты использования для внутренних структур Университета

При размещении названий структурных подразделений Университета следует располагать их на определенном расстоянии друг от друга (см. стр. 12).

При размещении логотипа той или иной структуры мы располагаем надпись с названием и дескриптором. Юбилейный вариант логотипа не подразумевает использование логотипов университетских подразделений.



Правила использования логотипа в кобрендинговых коммуникациях

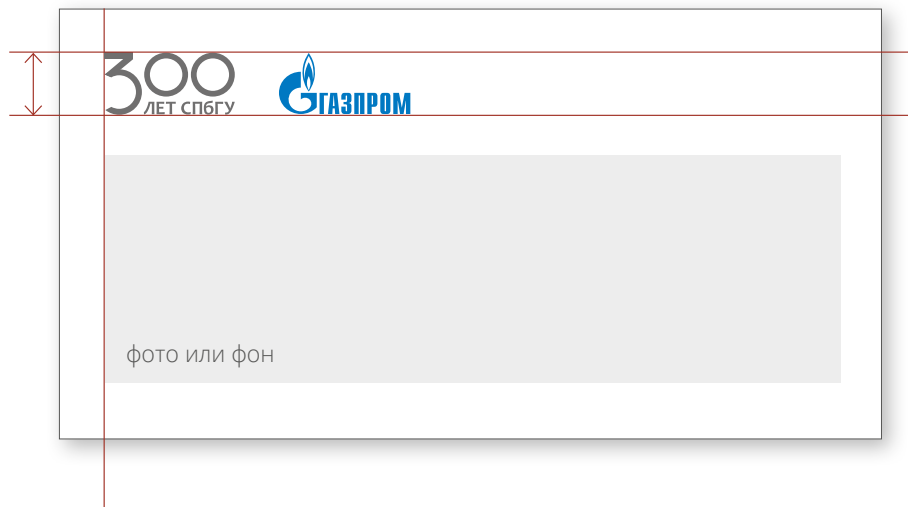
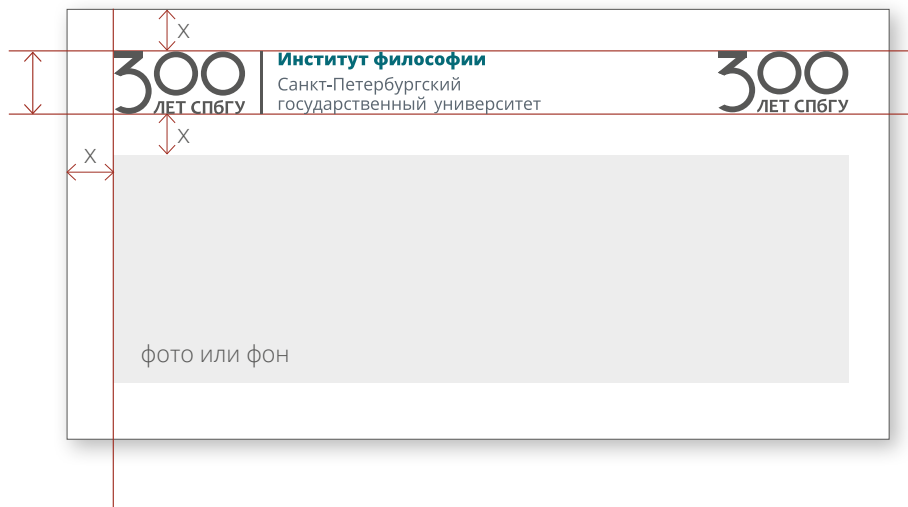
При размещении двух логотипов партнерских организаций следует располагать их на расстоянии, равном одной букве О.

При использовании цветного логотипа партнерской организации основной логотип 300-летия можно перевести в однотонный, белый или цветной вариант в зависимости от фона, если цвет не спорит с соседним логотипом.

Обязательно пропорционально трансформируйте логотип по высоте относительно знака 300-летия.

Каждый случай размещения логотипов рядом друг с другом индивидуален, а также зависит от размеров, расположения знака, его элементов и текстовой части логотипа партнеров.





Схемы компоновки верхнего блока логотипов

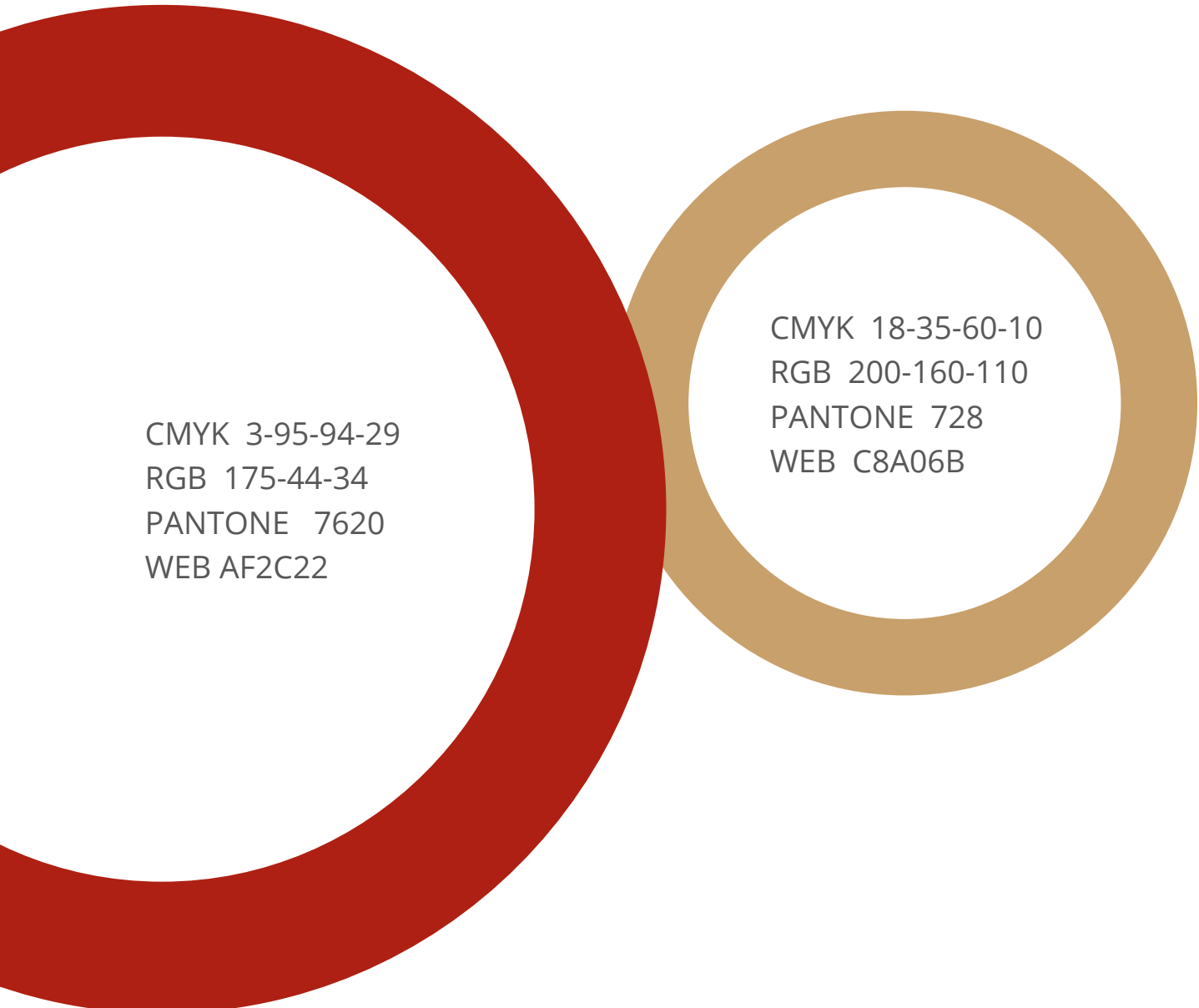
Логотип 300-летия, подразделений СПбГУ и партнерских организаций помещают преимущественно в верхней части макета, расположив блок на безопасном расстоянии и сохранив охранное поле.

Размещение логотипов отдельно друг от друга также возможно, но только в одной части макета, например наверху. Обязательно выравнивание логотипов по высоте относительно знака 300-летия.

Возможно размещение логотипов в нижней части макета по согласованию с Управлением маркетинга и медиакоммуникаций.

Цветовая палитра

Основные цвета	30
Дополнительные цвета	31
Градиенты	33
Рекомендации по использованию основных и дополнительных цветов	34



CMYK 3-95-94-29
 RGB 175-44-34
 PANTONE 7620
 WEB AF2C22

CMYK 18-35-60-10
 RGB 200-160-110
 PANTONE 728
 WEB C8A06B

Основные цвета стилистики 300-летия

Данные цвета являются частью идентификации стиля 300-летия. Необходимо следить за их правильным применением.

Красный — как основа, универсальный цвет, который объединяет фирменный стиль Университета.

Золотой цвет также является важным и применяется как неотъемлемое дополнение к основному цвету, что не позволяет стилистике оказаться перегруженной и добавляет легкости.

Учитывая тот факт, что у некоторых направлений обучения уже существует свой фирменный цвет, рекомендуем его комбинировать с основным золотым цветом. Примеры таких комбинаций можно посмотреть в пункте «Примеры использования» (стр. 27).

CMYK 23-23-32-4
RGB 201-188-171
WEB #c9bcab

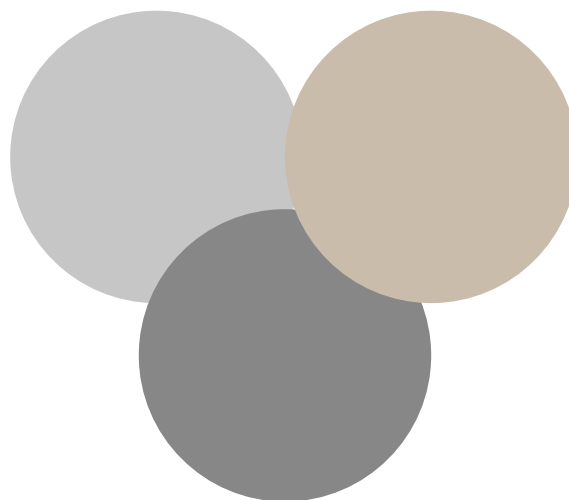
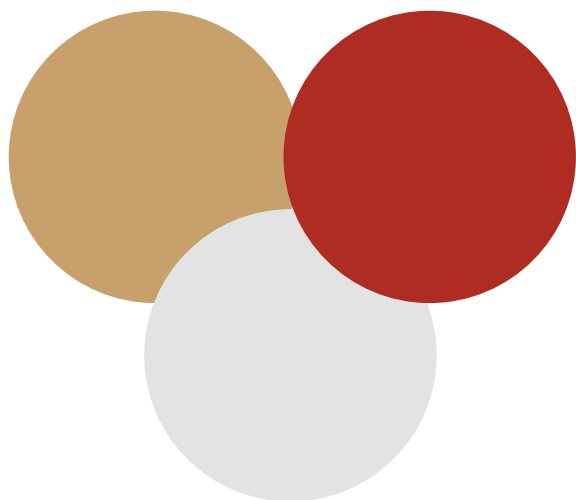
CMYK 0-0-0-30
RGB 198-198-198
WEB #c6c6c6

CMYK 0-0-0-60
RGB 135-135-135
WEB #878787

Дополнительные цвета

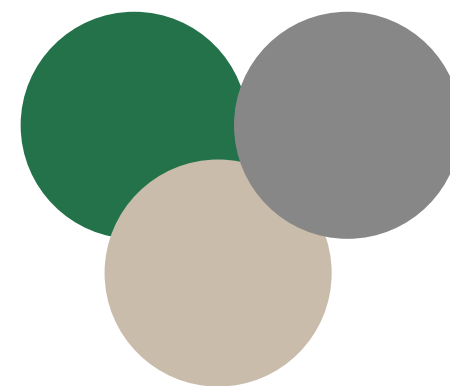
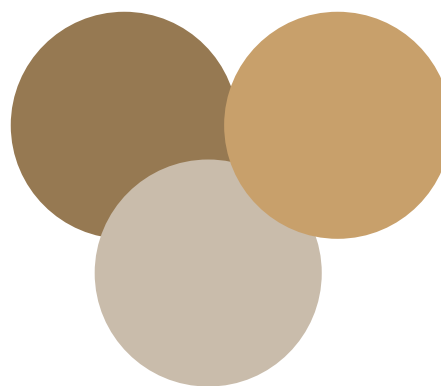
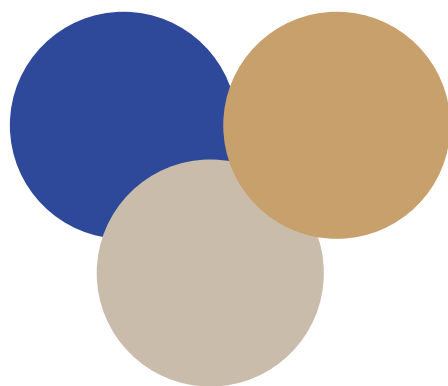
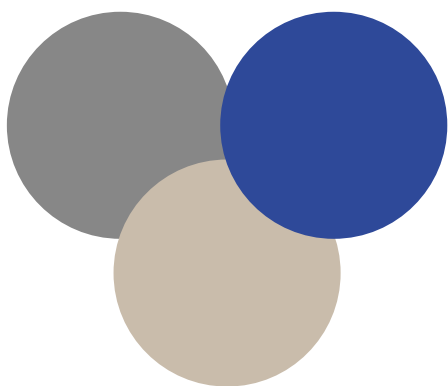
Кроме основных цветов, в макетах могут быть использованы также дополнительные цвета: бежевый и оттенки серого. При разработке макетов для мероприятий и продуктов, созданных разными направлениями, дополнительные цвета могут комбинироваться.

Включение дополнительных цветов согласуется с Управлением маркетинга и медиакоммуникаций.



Примеры цветовых сочетаний

Так как Университет состоит из множества структур (факультетов, институтов), которые обладают индивидуальной цветовой идентификацией, мы рекомендуем придерживаться данных схем цветовых сочетаний для оформления полиграфической и веб-продукции. Это поможет создавать графику, оптимально сочетающуюся с новым фирменным стилем.



Использование градиентов

Градиенты используют для оформления полиграфической, веб- и иной продукции.

CMYK 3-95-94-29
RGB 175-44-34

CMYK 22-91-82-46
RGB 127-37-29

CMYK 18-35-60-10
RGB 200-160-110

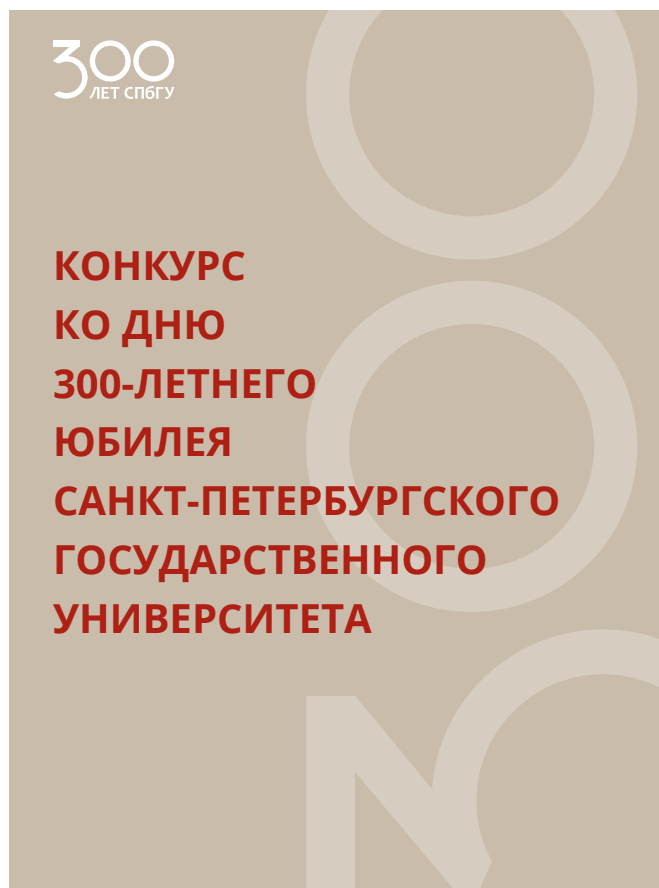
CMYK 18-35-60-40
RGB 150-121-82

CMYK 23-23-32-4
RGB 201-188-171

CMYK 23-23-32-20
RGB 177-166-151

CMYK 0-0-0-30
RGB 198-198-198

CMYK 0-0-0-60
RGB 135-135-135



Для сохранения цветовой идентификации 300-летия необходимо по возможности использовать основные и дополнительные цветовые сочетания (см. стр. 31). Если нет возможности использовать их в макете, то рекомендуем воспользоваться серой монохромной цветовой палитрой (см. стр. 42).

Все макеты с использованием новой стилистики согласуются с Управлением маркетинга и медиакоммуникаций.



Рекомендации по цветам и материалам

При использовании цветов важно учитывать разные материалы, фактуры и способы печати. Эффекта золота можно добиться путем тиснения, лакировки, печати золотым пантоном, а также используя металлические поверхности и фактуры.

Для фольгирования рекомендуется выбирать золотую фольгу.

При закупке изделий под печать рекомендуется придерживаться фирменных цветов. Изделия могут быть красными, бежевыми (близкими к фирменному цвету) или серых оттенков.

На темно-серых или носителях красных оттенков предполагается печать белым цветом и золотом.

Фирменный шрифт

Основной фирменный шрифт	37
Примеры использования	38
Дополнительный шрифт	39
Примеры использования	40

CANDARA

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

1234567890

А А А А А А

СПбГУ *СПбГУ* СПбГУ *СПбГУ* СПбГУ *СПбГУ*

Шрифт Candara используют для заголовков, афиш, плакатов и других крупных носителей. Не используют для больших массивов текста.

При создании макетов разных размеров стоит использовать данный шрифт для крупных и броских заголовков, слоганов и других акцентных надписей фирменного стиля.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Candara bold для заголовков первого уровня

ОДИН ИЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ НАУЧНЫХ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Candara bold для заголовков второго уровня.
Верхний регистр для заголовков и выделения информации

При работе с файлами и другими текстовыми макетами следуйте правилам. Данное семейство шрифта используется для заголовков и подзаголовков. Не используйте сторонние гарнитуры.

OPEN SANS

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

1234567890

A A A A A A
спбгу спбгу спбгу спбгу спбгу спбгу

Шрифт Open sans используют для основного наборного текста при верстке полиграфической, сувенирной и веб-продукции. При создании разных макетов можно выбирать любое начертание представленного шрифта. Также стоит учитывать удобство чтения.

SEGOE UI

Если у вас нет возможности установить шрифт Open Sans, то можно заменить его системным шрифтом Segoe UI

Первое место в стране Университет занимает и по количеству онлайн-курсов, аудитория которых превышает 3 млн слушателей.

Open Sans bold для основного текста, жирное начертание для выделения важной информации

На протяжении своей истории Санкт-Петербургский университет нередко становился создателем инновационных практик, которыми делился с другими научными и образовательными организациями страны.

Open Sans regular для основного массива текста

Санкт-Петербургский университет | spbu.ru

Open Sans light для подписей

При работе с файлами и другими текстовыми макетами следуйте правилам. Данное семейство шрифта используется для основного массива текста. Не используйте сторонние гарнитуры.

Слоганы

Иерархия слоганов

42

ИСТОРИЯ. ЗНАНИЯ. ЛЮДИ

1

300 ЛЕТ ВЫСШЕМУ ОБРАЗОВАНИЮ В РОССИИ

2

НОВАЯ КЛАССИКА ОБРАЗОВАНИЯ

3

Иерархия слоганов

1. Основным слоганом 300-летия является История. Знания. Люди.

Данный слоган предназначен для использования на внешнюю аудиторию: городская реклама, афиши, стенды, мероприятия.

2. 300 лет высшему образованию в России. Официальный слоган для проведения торжественных официальных мероприятий.

3. Новая классика образования. Слоган для размещения на образовательных выставках с целью привлечения молодежи.

Не меняйте местами слова в слоганах.

Используйте только один слоган на одном носителе.

Графические элементы

Элементы графики	44
Фоны	45
Примеры графики в разных форматах	46
Упрощенная стилистика фона	47



1



2

Графические элементы

Элементами графики являются цифры 300, которые при наложении друг на друга создают абстрактный фон. Такая графика передает иллюзию движения и бесконечности.

Графические элементы являются объединяющими фирменный стиль 300-летия Университета. С их помощью можно дополнять иллюстративный и фотографический материал.

Данные элементы можно сочетать между собой в разном порядке и масштабе, а также упрощать и менять цвета в пределах предложенных фирменных цветов (см. стр. 31–34).

Примеры фонов в основных цветовых сочетаниях:

1. Вариант фона в золоте
2. Вариант фона в красных оттенках



Пример фонов в монохромном варианте

Графический фон в монохромном сером цвете

Монохромный серый цвет для размещения на нем требующих нейтрального фона элементов фирменных стилей в кобрендинге. Разрешается использовать элементы паттерна для разных носителей.



1



2



3

1. Пример фоновой графики в вертикальном формате
2, 3. Пример фоновой графики в горизонтальном формате



4



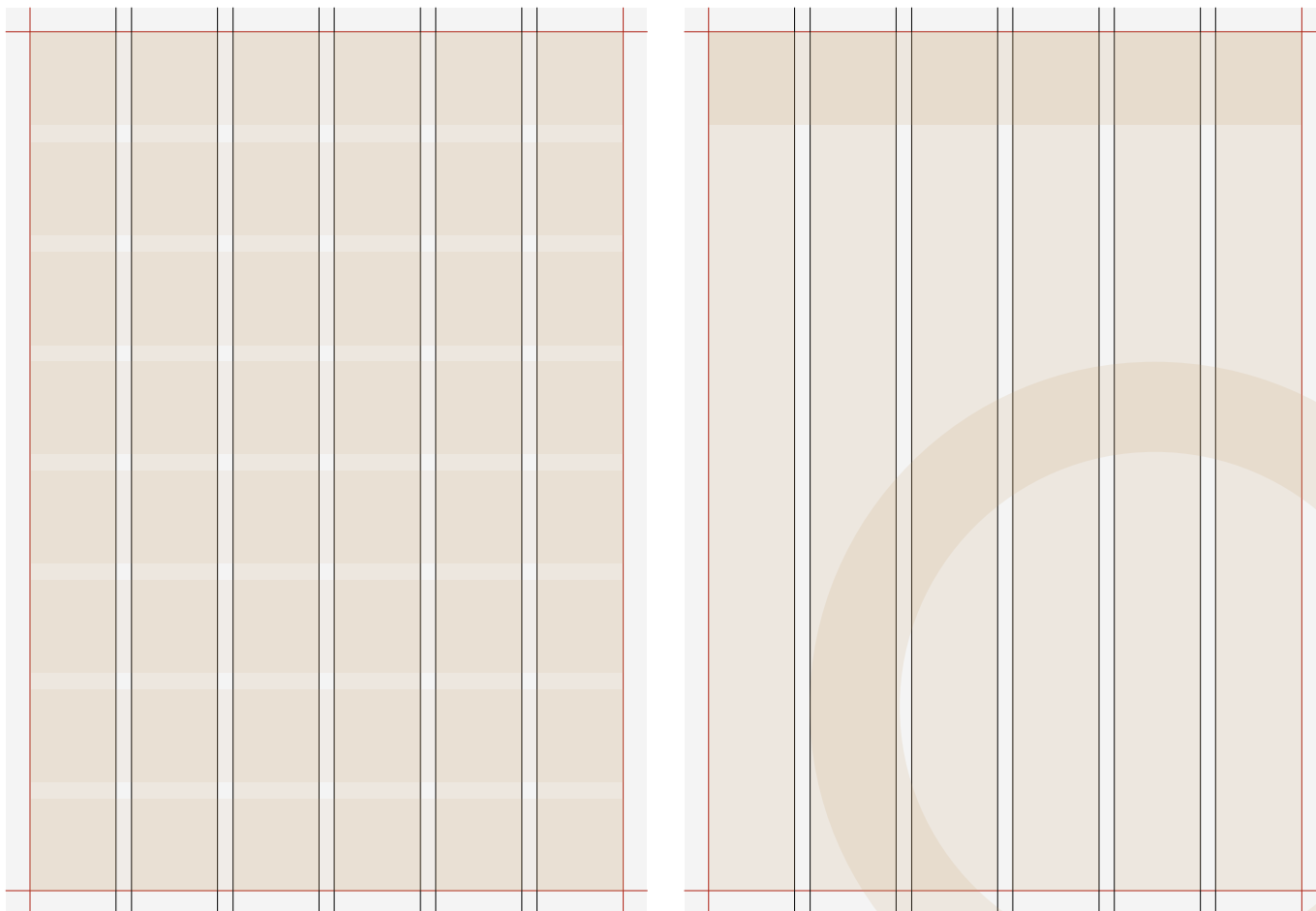
5

Данные варианты упрощенной графики также могут быть использованы как фон для любой полиграфической продукции.

- 4. Упрощенная графика (цветной фон)
- 5. Упрощенная графика (серый фон)

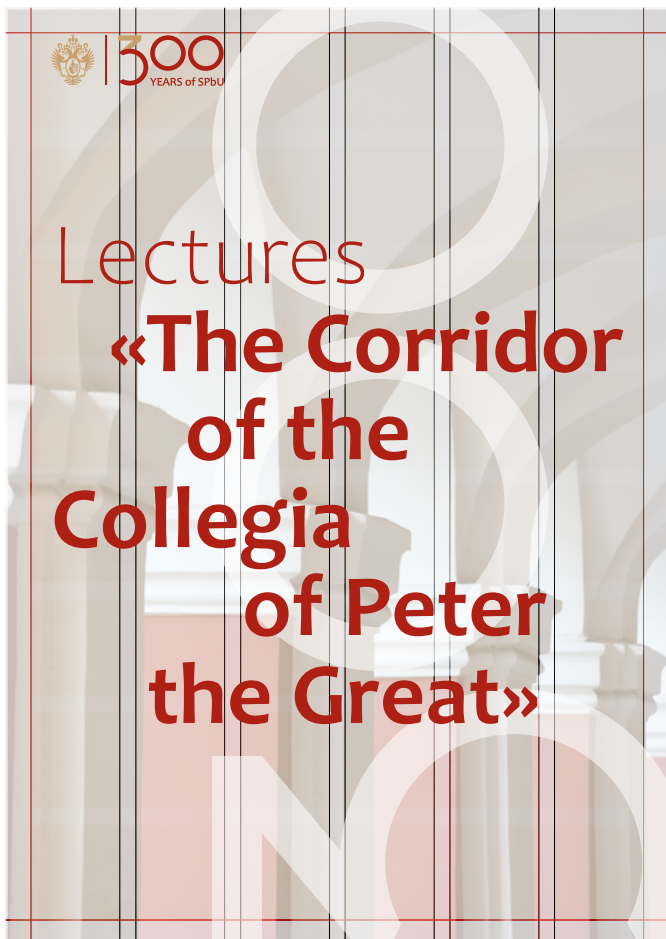
Полиграфия

Базовая сетка	49
Принципы построения	50
Композиционные решения	51
Примеры носителей	52
Плакат	52
VIP-сувениры	53
Папка для документов	55
Поздравительное письмо, благодарность	57
Сертификат, диплом, грамота	58
Бейджи	60
Блокноты	61
Бумажные пакеты	62
Роллапы	63
Брендволл	64
Навигация, таблички	65



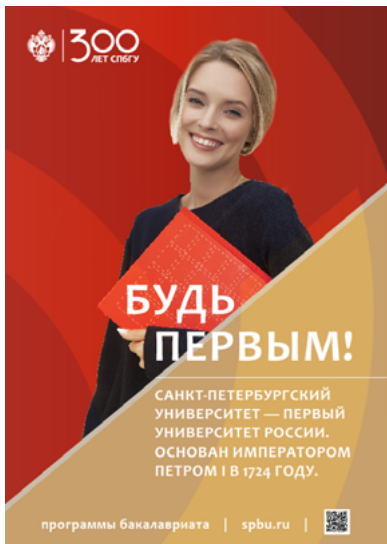
В основе верстки полиграфии и веб-дизайна лежит сетка, которая состоит из 6 колонок. Рекомендуется ее применять при оформлении продукции. Это даст возможность следовать правилам расположения текста, учитывать отступы в шапках и подвалах, правильно разделять блоки, учитывая пропорции.

Пример расположения элементов по сетке



Пример использования

При разработке макетов рекомендуется придерживаться предлагаемых композиционных решений (см. стр. 49). Структура текстового блока может быть адаптирована под конкретные задачи, для которых предназначен носитель. Фон макета может быть как однотонным, так и с использованием предлагаемых фонов (см. стр. 44).



Композиционные решения

Варианты базовых компоновок, на которые можно опираться при оформлении дизайна веб- и полиграфической продукции.

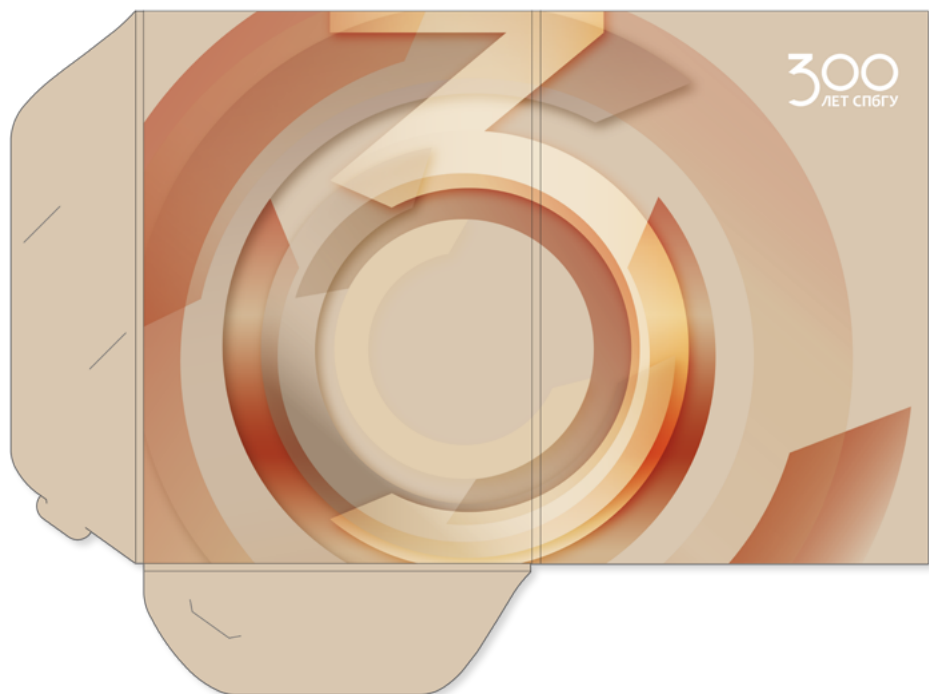




VIP-сувениры, входящие в подарочный набор: бумажный пакет, блокнот, диплом и перьевая ручка.







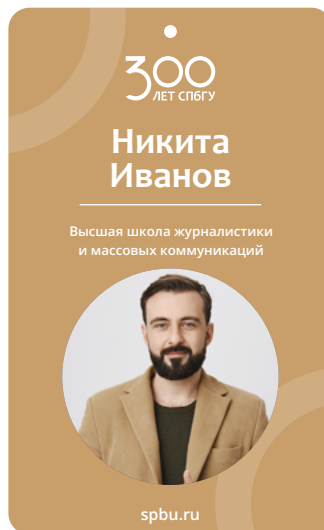


Благодарственные письма оформляются для официальных поздравлений сотрудников СПбГУ и выражения благодарности за личный вклад в развитие Университета. Поздравления отправляются официальным лицам по случаю дня рождения или юбилея компании.

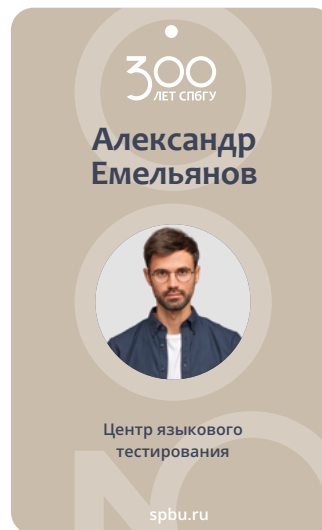




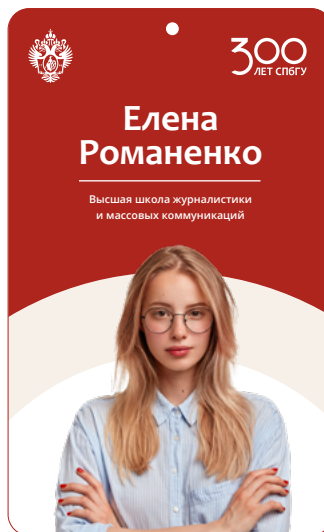
Примеры дизайна полиграфии



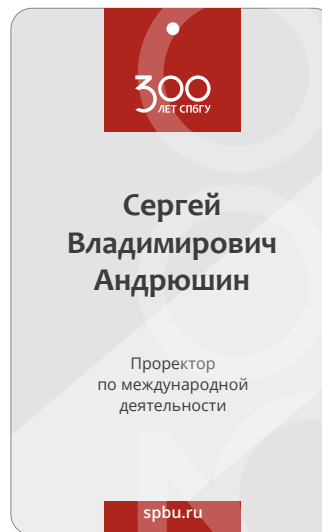
1



2



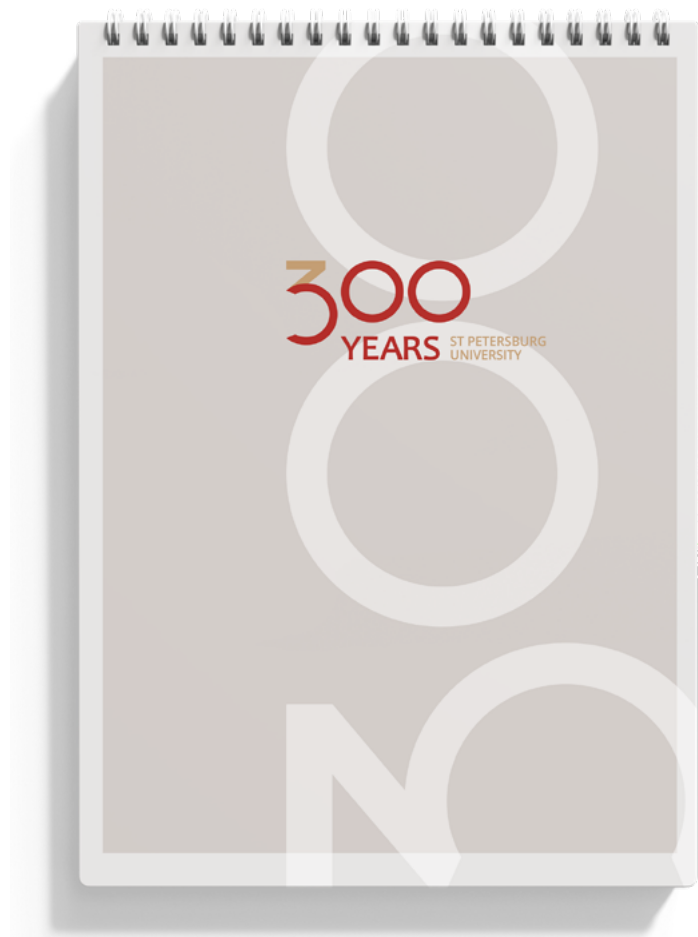
3



4

Бейджи могут быть исполнены в любом из предложенных вариантов дизайна.

- 1 Бейдж в золотом цвете с фотографией для официальных мероприятий, компоновка по центру
- 2 Бейдж в бежевом цвете с фотографией
- 3 Яркий бейдж красного цвета с акцентом на фотографию для официальных мероприятий
- 4 Нейтральный бейдж серого цвета для внутренних мероприятий



Блокноты

Примеры дизайна блокнотов форматов А5, А6 со сборкой на пружину. Блокноты небольших форматов со сборкой на скрепку.







Вариант 1

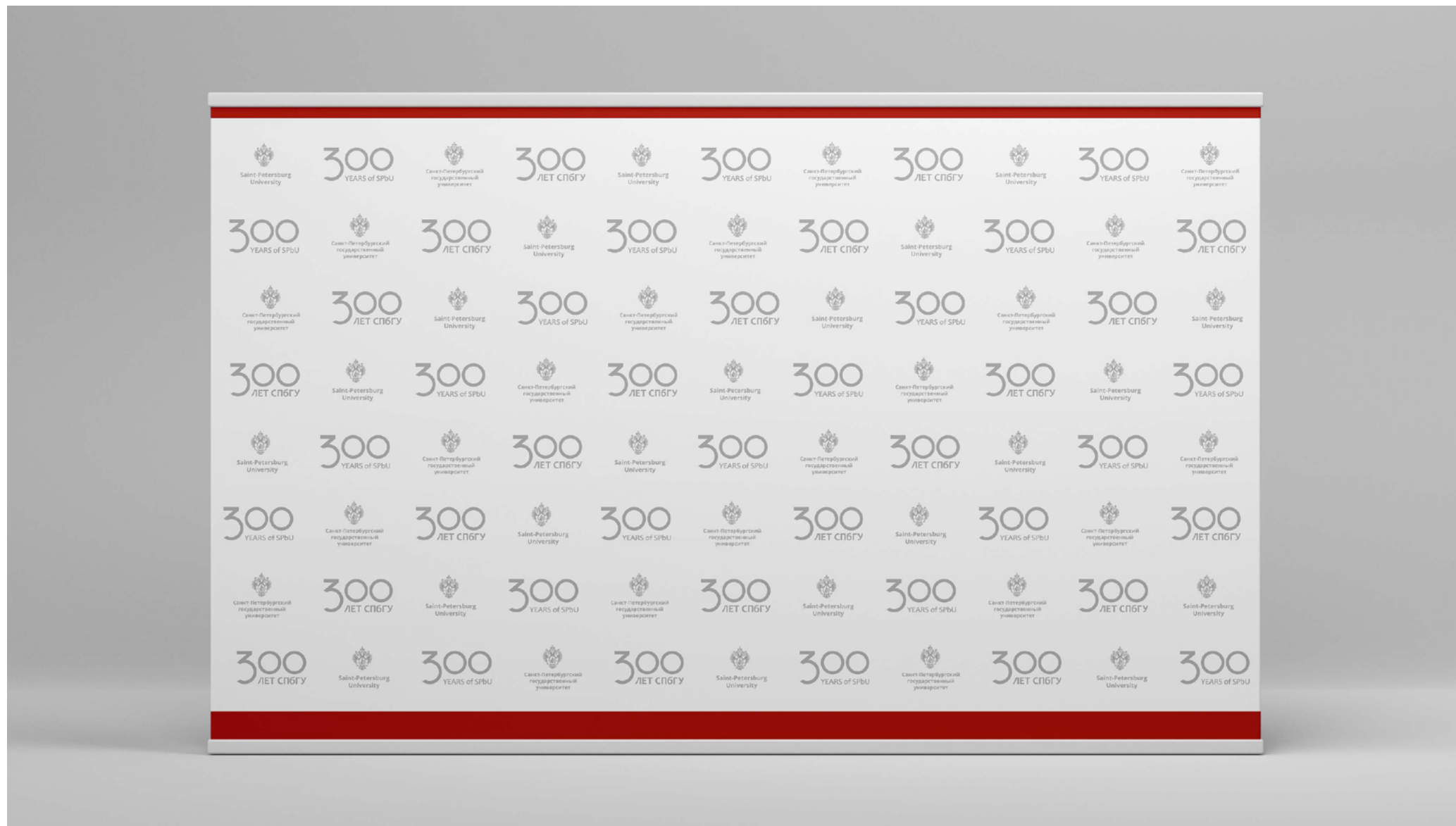


Вариант 2



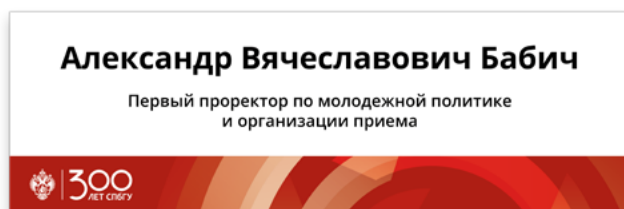
Вариант 3

Варианты дизайна роллапов с фотографией и без.
Макеты для других направлений строятся по аналогичной схеме.





1



2



3



4

1. Табличка на стол (кувертная карточка), вариант 1
2. Табличка на стол (кувертная карточка), вариант 2
3. Навигация, табличка с активным красным цветом для важных событий
4. Навигация, табличка стандартная, упрощенный вариант

Сувенирная продукция

Рекомендации по применению	67
Сумка, шоппер	68
Одежда	71
Чехол на телефон	75
Ручки	76
Флешка, брелок	77
Значок	78
Посуда	79
Стаканы	80
Подарочные коробки	81
Платок	82

Рекомендации по выбору цветов и материалов для сувенирной продукции

При использовании текстильных изделий под печать (худи, толстовки, шопперы, футболки и т. д.) рекомендуется придерживаться основных фирменных цветов. Изделия могут быть красными, бежевыми, серыми, белыми. Рекомендуем выбирать цвета, близкие к фирменным. Все элементы рисунка могут быть выполнены несколькими цветами, если материалы для печати не окрашены. Также приветствуется вышивка.

В канцелярии рекомендуется выбирать изделия простых форм, основными цветами которых также будут красный, золотой (бежевый), серый или белый. Например, ручки могут быть как простые белые, так и более дорогие с металлическими золотыми элементами.

На красных носителях предполагается печать белым цветом. На бежевых — также белым или красным. На белых носителях печать выполняется фирменным красным и бежевым.

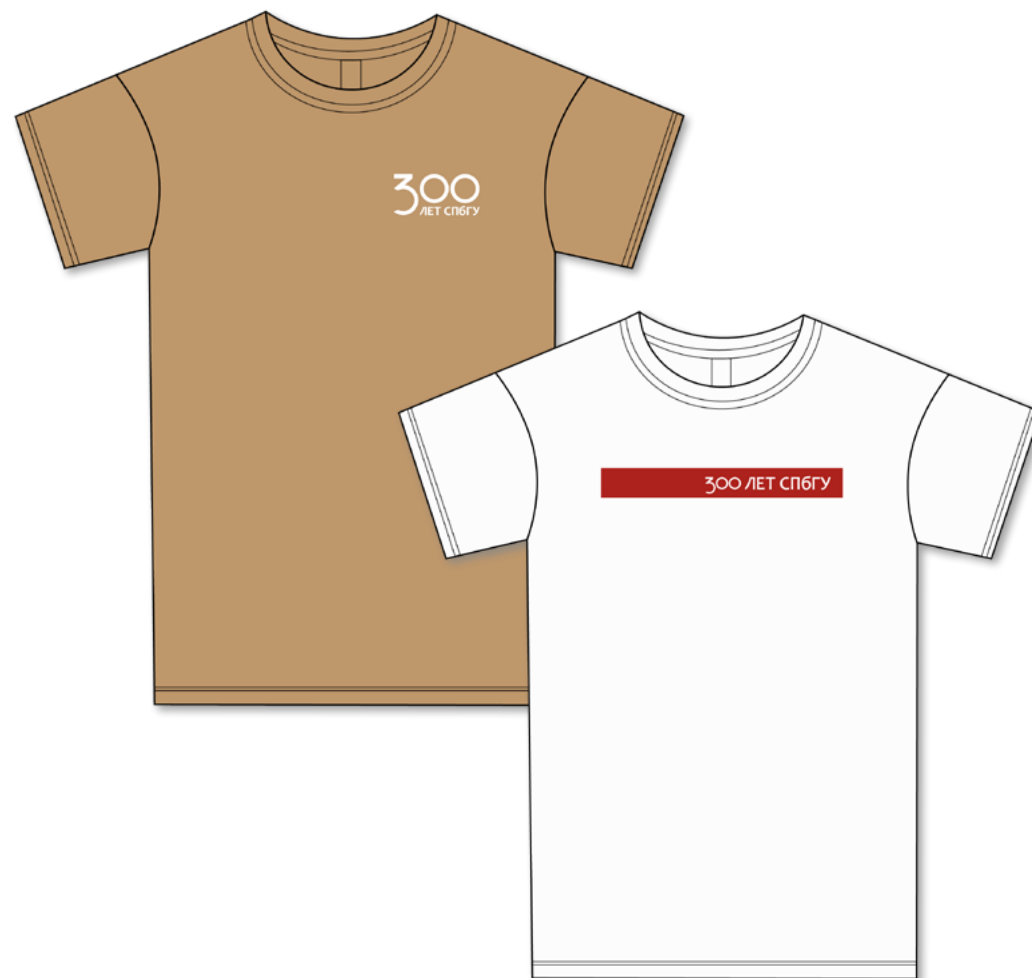
Такие изделия, как чашки, бутылки для воды, чайные наборы, могут быть нестандартных форм. Так, чашки могут быть из прозрачного стекла с двойным дном, также они могут быть исполнены в двух цветах (например, снаружи бежевый, внутри красный) или иметь элементы с золотым напылением (например, ручка или каемка). Бутылки для воды тоже могут быть выполнены из прозрачного пластика красного и серого цвета.

Для фольгирования и тиснения рекомендуется выбирать золотую фольгу. Металлические значки могут быть выполнены из золотого и серебряного металла, с красной и белой эмалью.









Футболки базовых цветов. Возможные способы нанесения рисунка на ткань: шелкография, прямая печать, вышивка (см. рекомендации на стр. 67).



Худи, толстовки, бомберы

Нанесение рисунка на изделия из ткани может быть как одноцветным, так и сочетающим два-три цвета. Рекомендуем для одежды брать цвета, близкие к фирменным (см. рекомендации на стр. 67).

Способы нанесения: вышивка, тампопечать, шелкография, прямая печать.

Для нанесения рекомендуем брать логотипы без герба.







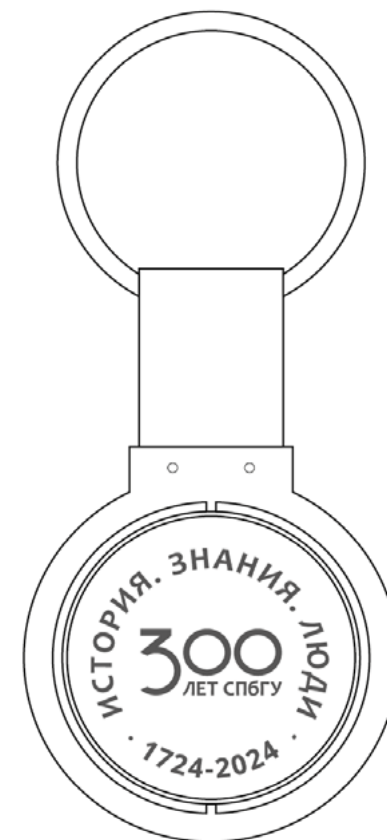


Ручки

При выборе пишущих ручек и другой канцелярии следует опираться на основные цвета брендбука.

Цвет ручек может быть красным, серым, золотым, белым, а также с элементами металла под золото.

В нанесении может быть использована гравировка золотом.







Чашки и иная посуда

Чашки, кружки, чайные сервизы и иная посуда может быть выбрана в основных цветах брендбука (см. рекомендации на стр. 67).

Способ нанесения зависит от материала и цвета выбранного изделия. На белом цвете следует использовать при нанесении логотипа основные цвета фирменного стиля.



Многоразовые стаканы для напитков

Стакан может быть выполнен из пластика. Благодаря оптимальным размерам его удобно брать с собой на учебу, работу или прогулку.

Оформление пластиковых стаканов может быть исполнено в базовых цветовых сочетаниях.



Коробка конфет

Для сувенирной продукции в брендированных коробках рекомендуем использовать паттерны, основные цвета, а также полиграфические возможности, такие как тиснение, лакировка и т. д.



Брендинговый платок

Платок может быть выполнен в основных цветах. Подразумевается ношение на шее, на руке, на аксессуарах, таких как сумки и рюкзаки.

Рекламная продукция, городская реклама, флаги

Флаги	84
Городская реклама	85
Реклама в метро	86
Баннеры	87



Уличные флаги

В макетах уличных флагов используется фирменный блок 300-летия, даты празднования и слоган «История. Знания. Люди». При украшении города возможно чередование вариантов дизайна.





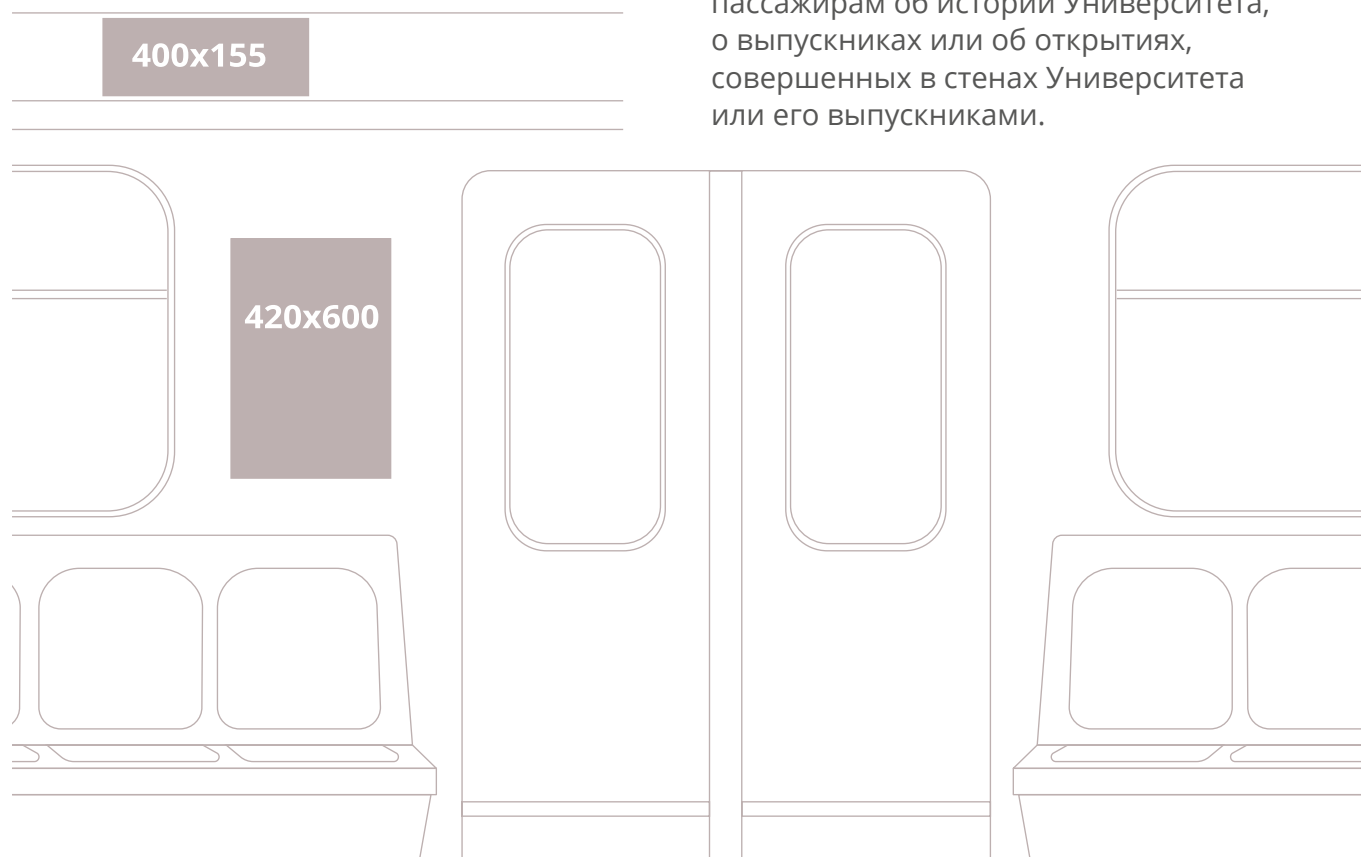
Билборд, лайтбокс

Дизайн для широкоформатной рекламы построен на имиджевых фотографиях, сочетающихся с фирменной графикой.

В макетах билбордов используется фирменный блок и слоган «ИСТОРИЯ. ЗНАНИЯ. ЛЮДИ».

На плакатах меньшего формата (лайтбоксы, остановки, афишные тумбы и проч.), помимо слогана, может быть текст об Университете.





Реклама в вагоне метро

Реклама в вагоне может быть как имиджевой, так и информативно-рекламной.

В размере 400*155 мм лучше разместить имиджевое изображение.

Плакаты 420*600 мм могут рассказать пассажирам об истории Университета, о выпускниках или об открытиях, совершенных в стенах Университета или его выпускниками.



1

Баннерная растяжка

1. Горизонтальный баннер на входную группу здания Двенадцати коллегий
2. Оформление актового зала к мероприятию



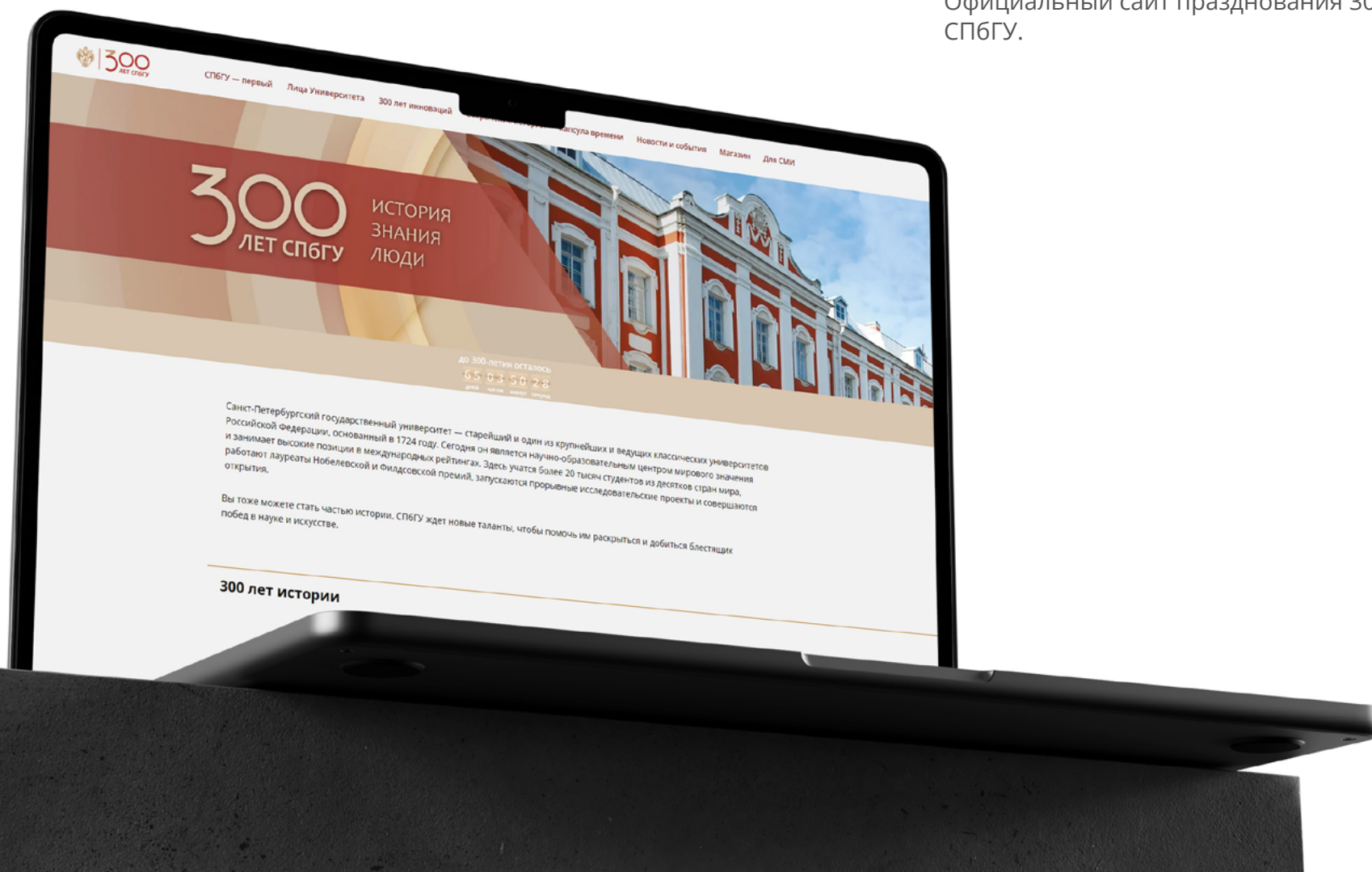
2

Веб-дизайн, социальные сети, презентации

Сайт	89
Социальные сети	90
Презентации	91

300.spbu.ru

Официальный сайт празднования 300-летия СПбГУ.





Оформление соцсетей

Заставки для соцсетей выполнены с графикой фирменного стиля. Отличительной чертой является красно-золотая гамма и графические элементы (полукруги, плашки).



НОВАЯ КЛАССИКА

300 ЛЕТ СПбГУ

Текст заголовка презентации может быть на несколько строк. Размер шрифта зависит от объема заголовка

Имя Отчество Фамилия автора презентации
Должность автора презентации

Заголовок (32 рч)

- Текст можно выносить на плашку
- Текст подзаголовков. Можно центровать, можно отбить от края
- Тексты лучше формулировать тезисно
- Удобно для таких текстов использовать оформление списком
- Удобно для таких текстов использовать оформление списком
- Удобно для таких текстов использовать оформление списком

Подзаголовок:

- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт
- Пункт

300 ЛЕТ СПбГУ

Контакты

Санкт-Петербург,
Университетская наб., 7-9
тел.: +7 (812) 360 60 30

СПбГУ

- >8000 Организ. СПбГУ
- >12000 Сотрудников
- >6000 Отечественных и иностранных научно-педагогических работников
- >26000 Обучающихся

ФОТОСТИЛЬ

Имиджевые фотографии	93
Портретные фотографии	94



Имиджевые фотографии

Главная задача фотографий, используемых для имиджевых материалов 300-летия, — передать основное праздничное настроение. Фотографии должны быть яркими, качественными и должны транслировать позитивные ассоциации, успех.

Используйте фотографии, сделанные в стенах Университета, а также фотографии людей, наиболее соответствующих целевой аудитории.

Рекомендуем обновить фотоматериалы, сделать их качественными. Не используйте фотографии, снятые в плохом качестве, на темном фоне, с низким разрешением.

Необходимые технические требования для фотографий:

- Цветовая модель RGB.
- Формат файлов — только JPEG, JPG.
- Разрешение файлов — 300 dpi при соответствующем формате.



Портретная съемка

В качестве фона выбирайте нейтральный цвет или брендированную стилистику Университета.

Ограничьте количество мелких деталей в кадре.

Рекомендуем для фотографий выбирать брендированную одежду или одежду в деловом стиле.

Портретные фотографии используются в имиджевых буклетах, презентациях и иной полиграфической и веб-продукции.

Необходимые технические требования для фотографий:

- Цветовая модель RGB.
- Формат файлов — только JPEG, JPG.
- Разрешение файлов — 300 dpi при соответствующем формате.

Рекомендуем обновить фотоматериалы, сделать их качественными.



Санкт-Петербургский
государственный университет