

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МЕНЕДЖМЕНТА СПбГУ

gsom.spbu.ru



**НА СТРАНИЦАХ ЭТОГО РУКОВОДСТВА
ИЗЛОЖЕНЫ ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ, КОТОРЫХ ВАЖНО
ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ
ЦЕЛОСТНОСТИ И УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА
ВШМ СПбГУ.**

Используйте шаблоны дизайна, о которых мы рассказали в этом руководстве, чтобы создать единое позитивное восприятие бренда.

Если у вас возникнут вопросы или трудности в работе с фирменным стилем, мы проконсультируем вас и поможем подготовить материалы.

GSOMmarketing@gsom.spbu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Бренд _____ 4

Миссия и видение	6
Ценности ВШМ СПбГУ	7

Логотип _____ 8

Знак	9
Цветовая версия знака	10
Монохромная версия знака	11
Русские версии логотипа	12
Английские версии логотипа	13
Основная версия логотипа	14
Сокращенная горизонтальная версия логотипа	15
Версия логотипа с двуглавым орлом	16
Сокращенная вертикальная версия логотипа	17
Цветовые версии логотипов	18
Что нельзя делать с логотипом	20
Размещение логотипа ВШМ СПбГУ и партнеров	21

Цвет _____ 22

Основной фирменный цвет	23
Цвета направлений	24

Цвета для паттернов	25
Дополнительный цвет для онлайн-ДПО и MBA/EMBA	26
Градация цвета:	
для общих презентаций	27
для направления бакалавриат	28
для направления магистратура	29
для направления аспирантура	30
для направления онлайн-ДПО	31
для направления MBA/EMBA	32

Шрифт _____ 33

Фирменный шрифт для печати	34
Фирменный шрифт для WEB	36
Общие правила типографики	38
Альтернативный шрифт	39

Архитектура бренда _____ 40

Дерево бренда	41
Таблица проектов ВШМ СПбГУ	42
Размещение брендинга ВШМ СПбГУ для суббрендов	43
Внутренние суббренды. Принципы построения	44
Внешние суббренды. Принципы построения	47
Пример внешнего суббренда	49

Принципы использования в видео	50
--------------------------------	----

Кобрендинг _____ 51

Размещение брендинга ВШМ СПбГУ	52
Проект 30/70 на территории ВШМ СПбГУ	53
Совместный проект 50/50	54
Правила брендинга пространств в совместных проектах	57
Размещения логотипа ВШМ СПбГУ в формате сторонней организации	58

Фирменные элементы _____ 59

Фирменные паттерны направлений	60
Фирменный паттерн	63
Фирменный контейнер	65
Правила работы с контейнером	67
Фотостиль для всех направлений	68
Фотостиль для портретной съемки	69
Фирменные иконки	70
Фирменные иконки для программ	71
Фирменная плашка	72
Иллюстрации	73

БРЕНД

Первый раздел гайда посвящен характеру, миссии и ценностям бренда, ведь они неотделимы от фирменного стиля.

ВЫСШАЯ ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТА СПбГУ

Высшая школа менеджмента СПбГУ создана на базе Санкт-Петербургского Государственного Университета и является структурным учебно-научным подразделением. ВШМ СПбГУ входит в число лучших бизнес-школ Европы, имеет международные рейтинги и аккредитации.

Фирменный стиль и логотип ВШМ СПбГУ регулируется приказом Ректора СПбГУ №10815/1 от 26.11.2020 и этим гайдом.



МИССИЯ И ВИДЕНИЕ

Рассказывают, какую социально полезную функцию выполняет бренд. Это основной смысл существования бренда, помимо привлечения прибыли.

ВШМ СПбГУ — это бизнес-школа №1 в России, обладающая глобальным видением и компетенциями в управлении, адаптированными для российского рынка труда; это бизнес-школа с уникальной образовательной средой и непрерывно совершенствующимся коллективом для развития лидеров изменений на любом этапе их карьеры.

СОЗДАЕМ ЗНАНИЯ.

РАЗВИВАЕМ ЛИДЕРОВ.

МЕНЯЕМ МИР К ЛУЧШЕМУ.

ЦЕННОСТИ ВШМ СПБГУ

Жизненные ориентиры, точки опоры. Это то, что важно аудитории бренда. Ценности определяют главные акценты во всей деятельности бренда.

НЕПРЕРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ

В движении — жизнь. Мы уверены, что творческий поиск — естественное состояние современного интеллектуала. Успокоение на достигнутом, почивание на лаврах способны привести к фатальной остановке — как в науке, так и в бизнесе.

Поэтому мы всегда в динамике: развиваем рынок образовательных услуг, создаем новые знания, внедряем новые технологии и методы обучения.

ОТКРЫТОСТЬ И МУЛЬ- ТИКУЛЬТУРНОСТЬ

Мы открыты новым знаниям, опыту, свежим мнениям и многообразию культур. Люди — разные, и все они комфортно чувствуют себя в сообществе ВШМ СПБГУ. Принципы взаимного уважения помогают нам не только принимать, но и делиться своими практиками, идеями и знаниями с международным академическим и бизнес-сообществами.

Мы знаем: от открытости до открытий — меньше одного шага.

КЛИЕНТО- ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ

Образование — это продукт, который, по всем требованиям бизнес-логики, обязан соответствовать запросам клиентов: студентов и слушателей, которые поступают в ВШМ СПБГУ, чтобы стать востребованными на рынке труда специалистами, а также работодателей, которые этот рынок труда формируют. Мы создаем свой уникальный продукт, чутко прислушиваясь к потребностям рынка и помогая своим выпускникам на протяжении всей их карьеры.

У нас — общие интересы.

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИДЕРСТВО

Лидерство — это ответственность, и мы отдаем себе в этом отчет. Поэтому наш ориентир — система целей устойчивого развития ООН, а мерило нашей эффективности — тот вклад, который мы вносим в их достижение, выстраивая одновременно взаимовыгодные отношения со всеми заинтересованными сторонами.

Мы стремимся к идеальной модели бизнес-школы, позитивно воздействующей на общество и окружающую среду.

КОМАНДА ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ

Мы больше, чем коллектив; мы — команда, объединенная общими принципами и целями, сообщество близких по духу и жизненным ценностям людей. Все вместе мы — преподаватели, студенты и слушатели, выпускники, сотрудники ВШМ СПБГУ — формируем культуру бизнес-школы, основанную на доверии. Мы делимся друг с другом энергией и вдохновением на пути к достижению результата.

Поэтому наша общность не заканчивается после окончания обучения, а переходит на новый уровень взаимоотношений (alumni).

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ

Амбициозные цели, ответственность за их достижение и взятые на себя обязательства — вот главные профессиональные постулаты любого представителя ВШМ СПБГУ.

Мы делаем свою работу лучше, чем кто-либо еще, и лучше, чем делали это вчера. Каждый день.

ЛОГОТИП

Центральный элемент фирменного стиля — логотип. Он формирует идентичность и узнаваемость бренда, а также выделяет компанию среди конкурентов.

ЗНАК

Логотип ВШМ СПбГУ — силуэтно-плоское изображение римской богини Минервы. Она сидит с серебряным копьем в левой руке и опирается на щит с гербом Санкт-Петербурга.

Преемственная эмблема передает исторический дух Университета и чтит традиции.

Используется на мелких носителях (например, для аватара в соцсетях, значка и т. д.), на обложках digital-макетов, которые размещаются в социальных сетях (например, для обложки поста во ВКонтакте).



Минимальный размер знака по ширине:
при печати — 5 мм, на экране — 25 пикселей.

ЦВЕТОВАЯ ВЕРСИЯ ЗНАКА

В границах эмблемы фон всегда фирменный красный. Сама Минерва залита белым цветом, а знак используется только с белой обводкой.

01 Знак на светлом фоне.

02 Знак на темном фоне.

01



02



МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ ЗНАКА

Монохромная версия знака используется для одноцветных технологий нанесения.

- 01** Монохромная версия знака на светлом фоне.
- 02** Монохромная версия знака на темном фоне.



01

02



РУССКИЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Логотип ВШМ СПбГУ имеет несколько версий использования.

На последующих страницах подробно описано использование каждой версии.

- 01** Основная версия логотипа.
- 02** Сокращенная горизонтальная версия логотипа.
- 03** Версия логотипа с двуглавым орлом.
- 04** Сокращенная вертикальная версия логотипа.

01



**Высшая школа
менеджмента**

Санкт-Петербургский
государственный университет

02



**ВШМ
СПбГУ**

03



**Высшая школа
менеджмента**

Санкт-Петербургский
государственный университет

04



**ВШМ
СПбГУ**

АНГЛИЙСКИЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Логотип ВШМ СПбГУ имеет несколько версий использования.

На последующих страницах подробно описано использование каждой версии.

- 01** Основная версия логотипа.
- 02** Сокращенная горизонтальная версия логотипа.
- 03** Версия логотипа с двуглавым орлом.
- 04** Сокращенная вертикальная версия логотипа.

01



**Graduate School
of Management**

St. Petersburg University

02



**GSOM
SPbU**

03



**Graduate School
of Management**

St. Petersburg University

04



**GSOM
SPbU**

ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

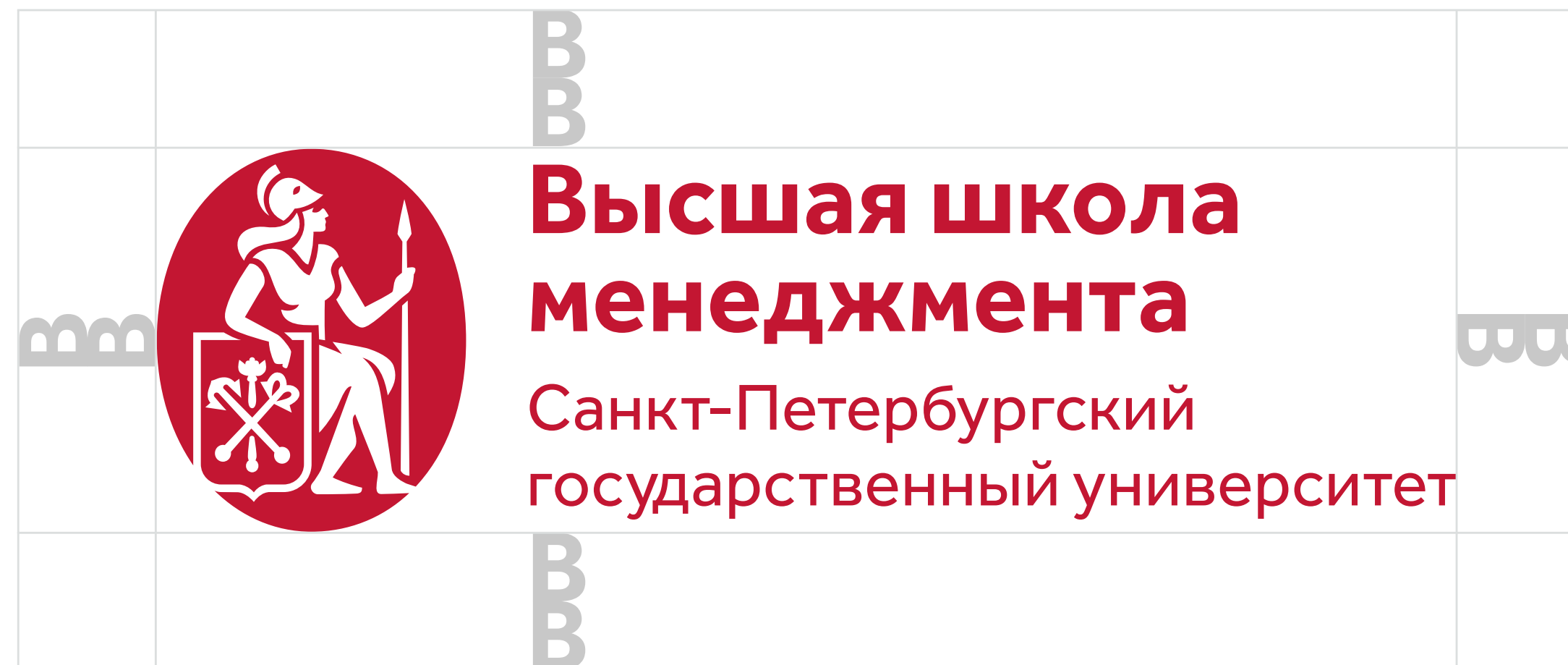
Используется в официальных документах, на партнерских макетах или носителях, в которых важно, чтобы пользователь сразу понял, о каком учебном заведении идет речь. Например, листовка или плакат для абитуриентов.

Охранное поле — обязательная часть применения логотипа. На схеме справа изображен логотип с охранной зоной для наглядности и более четкого понимания принципов построения.

Рекомендованный отступ охранного поля равен высоте двух заглавных букв из логотипа. Буква В употребляется в русской версии, G — в английской.

Важно:

Минимальный размер логотипа по высоте: при печати — 10 мм, на экране — 25 пикселей.



СОКРАЩЕННАЯ ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Используется в следующих случаях:

- 01** Если при размещении на носителе основной версии логотипа текст дескриптора плохо считывается.
- 02** На внутренних материалах.

Охранное поле — обязательная часть применения логотипа. На схеме справа изображен логотип с охранной зоной для наглядности и более четкого понимания принципов построения.

Рекомендованный отступ охранного поля равен высоте двух заглавных букв из логотипа. Буква В употребляется в русской версии, G — в английской.

Важно:

Минимальный размер логотипа по высоте: при печати — 10 мм, на экране — 25 пикселей.



ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА С ДВУГЛАВЫМ ОРЛОМ

Используется на носителях, где важно показать герб вуза, в том числе при кобрендинге, если это требуется.

Охранное поле — обязательная часть применения логотипа. На схеме справа изображен логотип с охранной зоной для наглядности и более четкого понимания принципов построения.

Рекомендованный отступ охранного поля равен высоте двух заглавных букв из логотипа. Буква В употребляется в русской версии, G — в английской.



Важно:

Минимальный размер логотипа по высоте: при печати — 10 мм, на экране — 25 пикселей.

СОКРАЩЕННАЯ ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Используется в следующих случаях:

- 01** Если при размещении на носитель основной версии логотипа текст дескриптора плохо считывается.
- 02** На внутренних материалах.

Охранное поле — обязательная часть применения логотипа. На схеме справа изображен логотип с охранной зоной для наглядности и более четкого понимания принципов построения.

Рекомендованный отступ охранного поля равен высоте двух заглавных букв из логотипа. Буква В употребляется в русской версии, G — в английской.



Важно:

Минимальный размер логотипа по ширине:
при печати — 5 мм, на экране — 25 пикселей.

ЦВЕТОВЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПОВ

Все версии логотипа всегда используются только на однородном фоне.

Монохромная версия логотипа используется, если применение цвета в материалах невозможно.

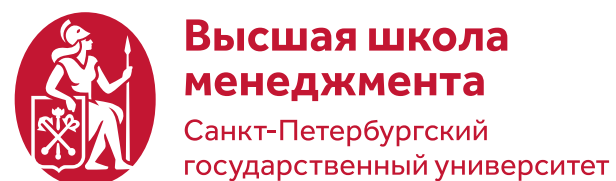
01 Логотип на светлом фоне.

02 Логотип на темном фоне.

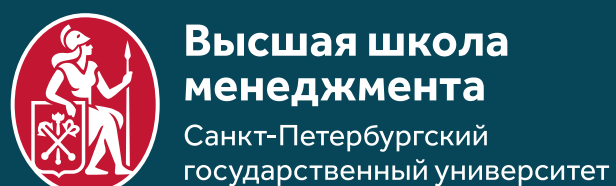
03 Монохромная версия на темном фоне.

04 Монохромная версия на светлом фоне.

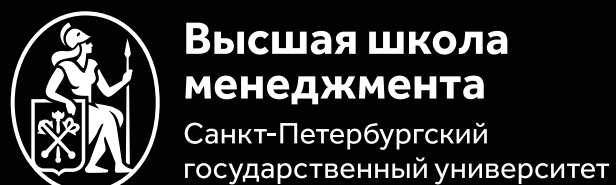
01



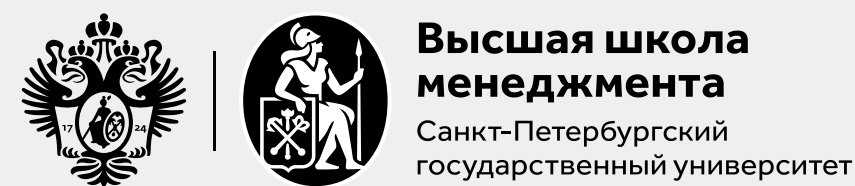
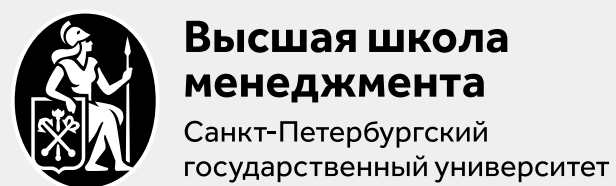
02



03



04



ЦВЕТОВЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПОВ

Все версии логотипа всегда используются только на однородном фоне.

Монохромная версия логотипа используется, если применение цвета в материалах невозможно.

01 Логотип на светлом фоне.

02 Логотип на темном фоне.

03 Монохромная версия на темном фоне.

04 Монохромная версия на светлом фоне.

01



02



03



04

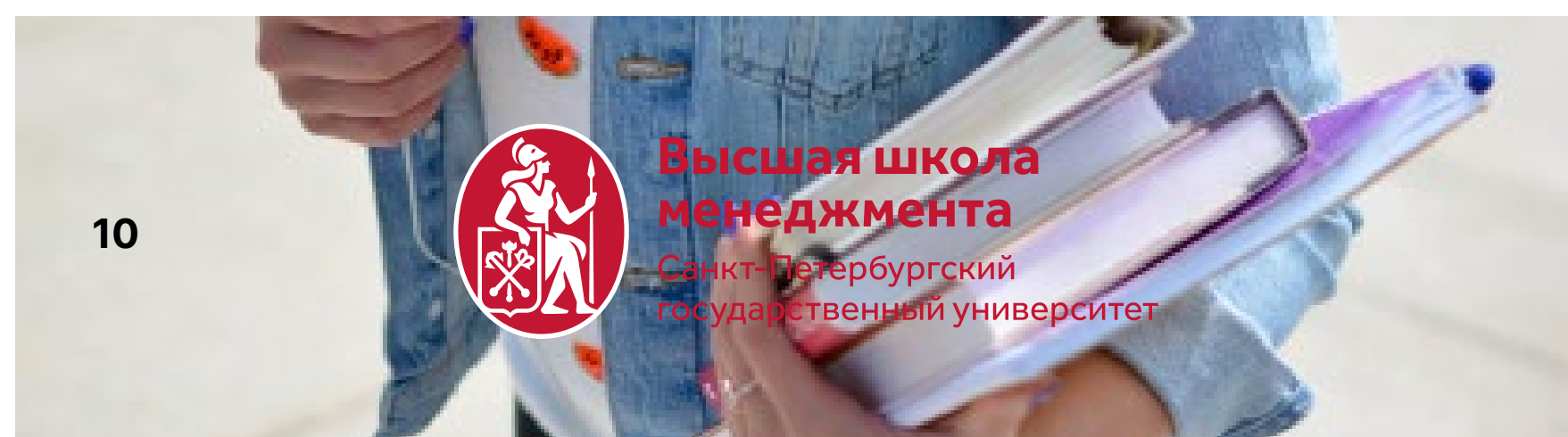
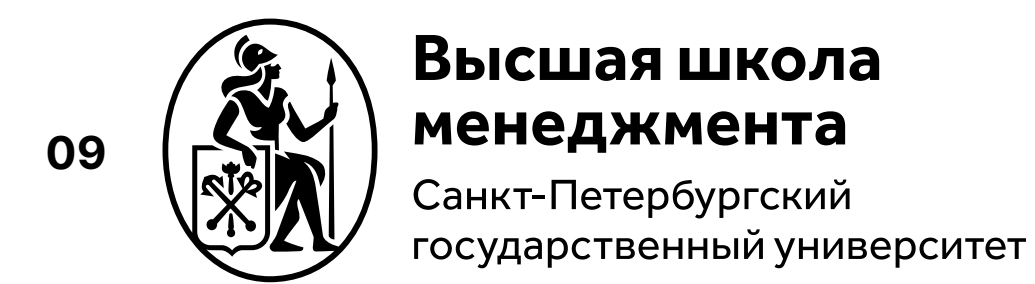
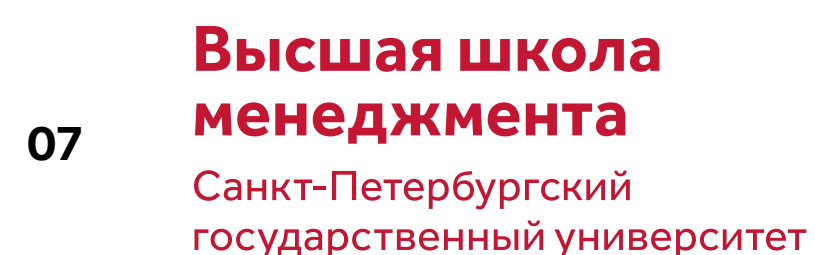
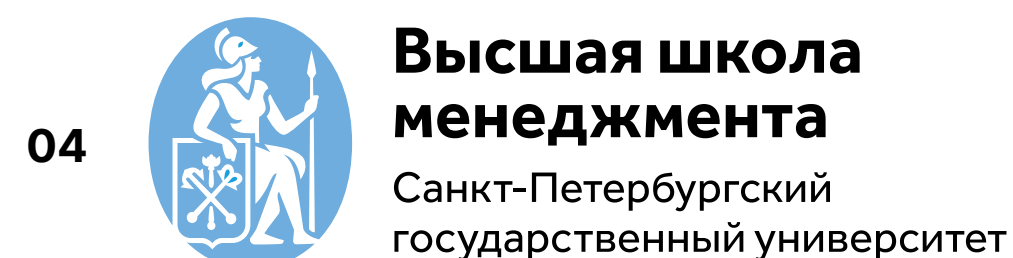
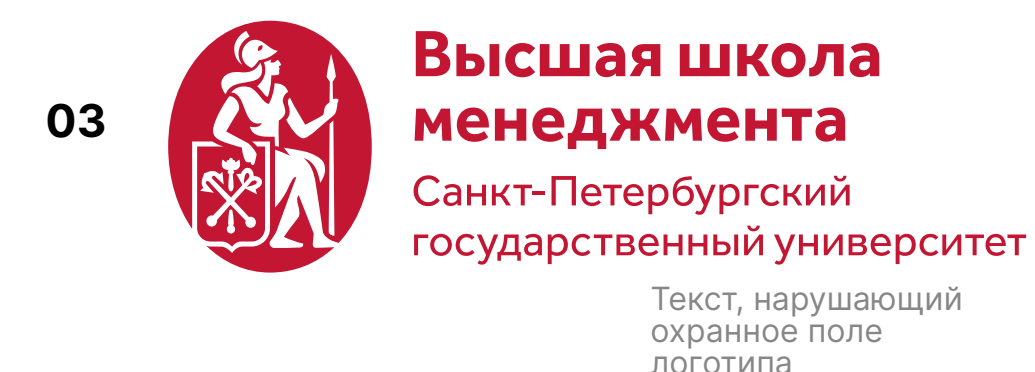


ЧТО НЕЛЬЗЯ ДЕЛАТЬ С ЛОГОТИПОМ

- 01 Не применяйте обводку.
- 02 Не вращайте логотип и/или не изменяйте его пропорции.
- 03 Не нарушайте охранное поле логотипа.
- 04 Не изменяйте цвета логотипа.
- 05 Не меняйте расстояние и размер букв в логотипе.
- 06 Не меняйте части логотипа местами.
- 07 Не используйте текстовую часть отдельно от знака.
- 08 Не применяйте эффекты: тени, фильтры и т. д.
- 09 Не используйте произвольные монохромные версии логотипа.
- 10 Не размещайте логотип на перегруженном деталями фоне, фотографиях и градиентах.
- 11 Не нарушайте правило цветовых версий логотипов (предыдущая страница).

Важно:

Правила распространяются на все версии логотипа.



Неверно. Логотип используется только на однотонных фонах, использование логотипа на фотографиях запрещено.

Неверно. В этом случае текстовая часть логотипа должна быть белого цвета.

РАЗМЕЩЕНИЕ ЛОГОТИПА ВШМ СПбГУ И ПАРТНЕРОВ

Логотип ВШМ СПбГУ рядом с логотипом партнера должен сохранять своё охранное поле и по массе/размеру быть идентичен окружающим его логотипам.

Порядок логотипов: логотип ВШМ СПбГУ, затем логотип партнера.

Каждый случай совмещения логотипов индивидуален и зависит от размеров, расположения знака и текстовой части логотипа партнеров.

Справа описана логика подбора соотношения логотипов относительно друг друга. Вы можете использовать этот алгоритм при самостоятельной компоновке знаков.

01 Основная версия.

02 Сокращенная горизонтальная.

03 Сокращенная вертикальная.

Важно:

Версия логотипа с гербом размещается по аналогии с основной версией, так как у них одинаковая высота.

01



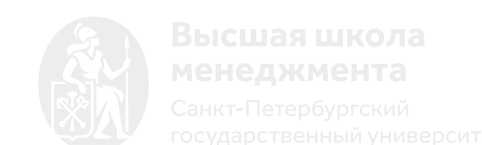
**Высшая школа
менеджмента**

Санкт-Петербургский
государственный университет



x [VTB]

Шаг 1. Пропорционально трансформируем логотип ВТБ относительно знака ВШМ СПбГУ так, чтобы буквы по высоте примерно были равны ширине знака.



Высшая школа
менеджмента
Санкт-Петербургский
государственный университет



Шаг 2. Центрируем логотипы относительно друг друга.

02



**ВШМ
СПбГУ**



x [VShM]

2x [VTB]

Шаг 1. Пропорционально трансформируем логотип ВТБ относительно знака ВШМ СПбГУ, примерно так, чтобы соблюдались указанные выше пропорции.



ВШМ
СПбГУ



Шаг 2. Центрируем логотипы относительно друг друга.

03



**ВШМ
СПбГУ**



Используйте эту версию, когда логотип партнера похож по форме или массе на данную версию логотипа.

ЦВЕТ

Цвет — важная часть идентификации бренда. Необходимо следить за правильным применением и точной передачей фирменных цветов.

ОСНОВНОЙ ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ

В основе фирменного стиля лежит красный цвет — цвет движения, развития и победы. Он применяется на всех фирменных носителях, которые относятся к ВШМ СПбГУ.

Цвета
для печати

CMYK	16 100 77 6
PANTONE	200 C
ORACAL	031

Цвета
для web

RGB	195 22 50
HEX	#C31632

ЦВЕТА НАПРАВЛЕНИЙ

Для каждого направления и этапа обучения в ВШМ СПбГУ разработан свой уникальный дополнительный цвет. Каждый из них имеет свой фирменный оттенок. Это позволяет в любой ситуации сохранять особый узнаваемый стиль.

Если необходимо использовать зеленый цвет, используйте тот оттенок, который указан на этой странице.

Направление	Печать	Web
-------------	--------	-----

БАКАЛАВРИАТ

CMYK	90 30 96 20	RGB	0 110 54
PANTONE	7482 C	HEX	#006e36
ORACAL	491		

Применение: фон

МАГИСТРАТУРА

CMYK	6 54 92 1	RGB	230 135 35
PANTONE	143 C	HEX	#e68723
ORACAL	215		

Применение: фон

АСПИРАНТУРА

CMYK	69 98 13 3	RGB	110 40 120
PANTONE	266 C	HEX	#6e2878
ORACAL	403		

Применение: фон

ОНЛАЙН-ДПО

CMYK	96 58 50 50	RGB	1 60 72
PANTONE	2181 C	HEX	#013c48
ORACAL	165		

Применение: фон, заголовок

МВА/ЕМВА

CMYK	100 90 35 23	RGB	10 36 99
PANTONE	2738 C	HEX	#0a2463
ORACAL	049		

Применение: фон, заголовок

ЦВЕТА ДЛЯ ПАТТЕРНОВ

Представленные на странице оттенки используются только для линий паттерна.

Паттерн — это система предсказуемо повторяющихся элементов, которые создают единую структуру.

Подробнее про фирменный паттерн ВШМ СПбГУ читайте на страницах «Фирменные паттерны направлений» и «Фирменный паттерн».

При печати паттерна на больших форматах (пресс-волл, ролл-ап) отдавайте предпочтение версиям паттерна в белом или золотом цвете.

Важно:

Не применяйте эти оттенки для заливки фона!

ВШМ СПбГУ

Печать

CMYK 0 78 35 0
PANTONE 709 C
ORACAL 321

Web

RGB 223 30 60
HEX #DF1E3C

БАКАЛАВРИАТ

Печать

CMYK 73 0 79 0
PANTONE 7738 C
ORACAL 601

Web

RGB 0 128 64
HEX #008040

МАГИСТРАТУРА

Печать

CMYK 0 41 71 0
PANTONE 714 C
ORACAL 204

Web

RGB 240 154 66
HEX #f09a42

АСПИРАНТУРА

Печать

CMYK 40 63 0 0
PANTONE 7440 C
ORACAL 043

Web

RGB 130 55 140
HEX #82378c

ОНЛАЙН-ДПО

Печать

CMYK 81 30 42 14
PANTONE 7713 C
ORACAL 506

Web

RGB 6 72 87
HEX #064857

МВА/ЕМВА

Печать

CMYK 74 59 9 0
PANTONE 7456 C
ORACAL 150

Web

RGB 10 55 113
HEX #0a3771

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЦВЕТ ДЛЯ ОНЛАЙН- ДПО И МВА/ЕМВА

Этим цветом окрашиваются
заголовки первого уровня
и акцентная информация на макете.
Например, на сайте ВШМ СПбГУ.

Цвета
для печати

CMYK 16 34 65 5
PANTONE 156 C
ORACAL 804

Цвета
для web

RGB 212 168 101
HEX #D4A865

ГРАДАЦИЯ ЦВЕТА: ДЛЯ ОБЩИХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Используются только
для внутренних презентаций.
Например, инфографики и диаграмм.

Справа указаны HEX коды,
этого хватит для дальнейшего
использования и редактирования
презентаций.

Важно:

Для того, чтобы цвета ячеек диаграммы
смотрелись аккуратными, выбирайте
соседние оттенки.

#4A5761

#C31632

#6B757D

#D43B4F

#89929B

#D94A5E

#ABB0B8

#E0596E

#CCCFD4

#E8697D

#EBEDF0

#F0788C

ГРАДАЦИЯ ЦВЕТА: ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ БАКАЛАВРИАТ

Используются только
для внутренних презентаций.
Например, инфографики и диаграмм.

Справа указаны HEX коды,
этого хватит для дальнейшего
использования и редактирования
презентаций.

Важно:

Для того, чтобы цвета ячеек диаграммы
смотрелись аккуратными, выбирайте
соседние оттенки.

#4A5761

#006E36

#6B757D

#2B8A54

#89929B

#429963

#ABB0B8

#59AB73

#CCCFD4

#6EBA82

#EBEDF0

#85CC91

ГРАДАЦИЯ ЦВЕТА: ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ МАГИСТРАТУРА

Используются только
для внутренних презентаций.
Например, инфографики и диаграмм.

Справа указаны HEX коды,
этого хватит для дальнейшего
использования и редактирования
презентаций.

Важно:

Для того, чтобы цвета ячеек диаграммы
смотрелись аккуратными, выбирайте
соседние оттенки.

#4A5761

#E68723

#6B757D

#ED9945

#89929B

#F0A354

#ABB0B8

#F2AB66

#CCCFD4

#F5B275

#EBEDF0

#FABD87

ГРАДАЦИЯ ЦВЕТА: ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ АСПИРАНТУРА

Используются только
для внутренних презентаций.
Например, инфографики и диаграмм.

Справа указаны HEX коды,
этого хватит для дальнейшего
использования и редактирования
презентаций.

Важно:

Для того, чтобы цвета ячеек диаграммы
смотрелись аккуратными, выбирайте
соседние оттенки.

#4A5761

#6E2878

#6B757D

#823887

#89929B

#8A458F

#ABB0B8

#914F96

#CCCFD4

#9C5C9E

#EBEDF0

#A366A6

ГРАДАЦИЯ ЦВЕТА: ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ ОНЛАЙН-ДПО

Используются только
для внутренних презентаций.
Например, инфографики и диаграмм.

Справа указаны HEX коды,
этого хватит для дальнейшего
использования и редактирования
презентаций.

Важно:

Для того, чтобы цвета ячеек диаграммы
смотрелись аккуратными, выбирайте
соседние оттенки.

#4A5761

#6B757D

#89929B

#ABB0B8

#CCCFD4

#EBEDF0

#013C48

#124A57

#1C525C

#265961

#2F5760

#386970

ГРАДАЦИЯ ЦВЕТА: ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ МВА/ЕМВА

Используются только
для внутренних презентаций.
Например, инфографики и диаграмм.

Справа указаны HEX коды,
этого хватит для дальнейшего
использования и редактирования
презентаций.

Важно:

Для того, чтобы цвета ячеек диаграммы
смотрелись аккуратными, выбирайте
соседние оттенки.

#4A5761

#0A2463

#6B757D

#213B7A

#89929B

#2B4587

#ABB0B8

#365291

#CCCFD4

#405C9E

#EBEDF0

#4D69A8

ШРИФТ

Шрифт служит объединяющим звеном всех материалов и влияет на качество передачи сообщения.

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ ДЛЯ ПЕЧАТИ

Фирменный шрифт — Inter
в начертаниях Bold и Regular.

Этот современный и элегантный
гротеск важно использовать
не только во внешних
коммуникациях, но и во внутренних.

INTER BOLD

Заголовки первого
и второго уровня,
важные сноски

Inter Regular

Наборный
текст

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ ДЛЯ ПЕЧАТИ

При работе с документами и другими текстовыми макетами следуйте правилам, представленным на схеме справа.

Вся типографика выравнивается по левому краю. В редких случаях допускается выравнивание текста по центру: например, на бейдже.

x

ВЕДУЩАЯ БИЗНЕС-ШКОЛА

Inter Bold для заголовков 1 уровня

0,7x

НЕПРЕРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ В ДЕЙСТВИИ

Inter Bold для заголовков 2 уровня

0,4x

ВШМ СПбГУ 2025 – это Бизнес-школа №1 в России, обладающая глобальным видением и компетенциями в управлении, адаптированными для российского рынка труда.

Inter Regular для основного текста

0,4x

gsom.spbu.ru

Inter Bold для важных сносок

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ ДЛЯ WEB

Используйте этот шрифт только
для сайта в доменной зоне
gsom.spbu.ru

EUCLID
CIRCULAR B BOLD

Заголовки первого
и второго уровня,
важные сноски

Euclid Circular B Regular

Наборный
текст

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ ДЛЯ WEB

При работе с web-страницами следуйте правилам, представленным на схеме справа.

Вся типографика выравнивается по левому краю. В редких случаях допускается выравнивание текста по центру.

x

ВЕДУЩАЯ БИЗНЕС-ШКОЛА

Euclid Circular B Bold для заголовков 1 уровня

0,7x

НЕПРЕРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ В ДЕЙСТВИИ

Euclid Circular B Bold для заголовков 2 уровня

0,4x

ВШМ СПбГУ 2025 – это Бизнес-школа №1 в России, обладающая глобальным видением и компетенциями в управлении, адаптированными для российского рынка труда.

Euclid Circular B Regular для основного текста

0,4x

gsom.spbu.ru

Euclid Circular B Bold для важных сносок

ОБЩИЕ ПРАВИЛА ТИПОГРАФИКИ

- 01** Типографика выравнивается по левому краю или по центру.
- 02** Приоритетна выключка влево. Однако иногда допустима выключка по центру. Например, на бейджах.
- 03** Избегайте висячих союзов и предлогов в конце предложения (и, на, с, к, от и другие).
- 04** При размещении текстового блока на паттерне разрывайте линии, тем самым вписывая текст в него.



Выравнивание по левому краю.
Выключка влево



Выравнивание по центру.
Выключка по центру



Выравнивание по левому краю.
Выключка вправо



Выравнивание по правому краю.
Выключка вправо



Текстовый блок накладывается на паттерн.

Важно:

Не использовать выключку вправо.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ШРИФТ

В качестве альтернативных шрифтов была подобрана шрифтовая пара из библиотеки бесплатных шрифтов Google Fonts: шрифт Arial Bold для заголовков и Arial Regular для наборного текста.

Их использование допускается, если воспроизведение фирменных гарнитур невозможно.

ARIAL BOLD

Заголовки первого и второго уровня, важные сноски

Arial Regular

Наборный текст

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА

В разделе описаны правила построения логотипов и носителей для внутренних и внешних суббрендов ВШМ СПбГУ. Внимательно изучите данный раздел.

ДЕРЕВО БРЕНДА

На слайде представлена схема, которая поможет понять, к какому типу относится ваш суббренд, если вдруг возникли трудности и непонятно, какой вариант для построения суббренда использовать.

На следующих страницах описаны принципы построения внутренних и внешних суббрендов ВШМ СПбГУ.

Главный параметр отличия внутреннего суббренда от внешнего — аудитория.

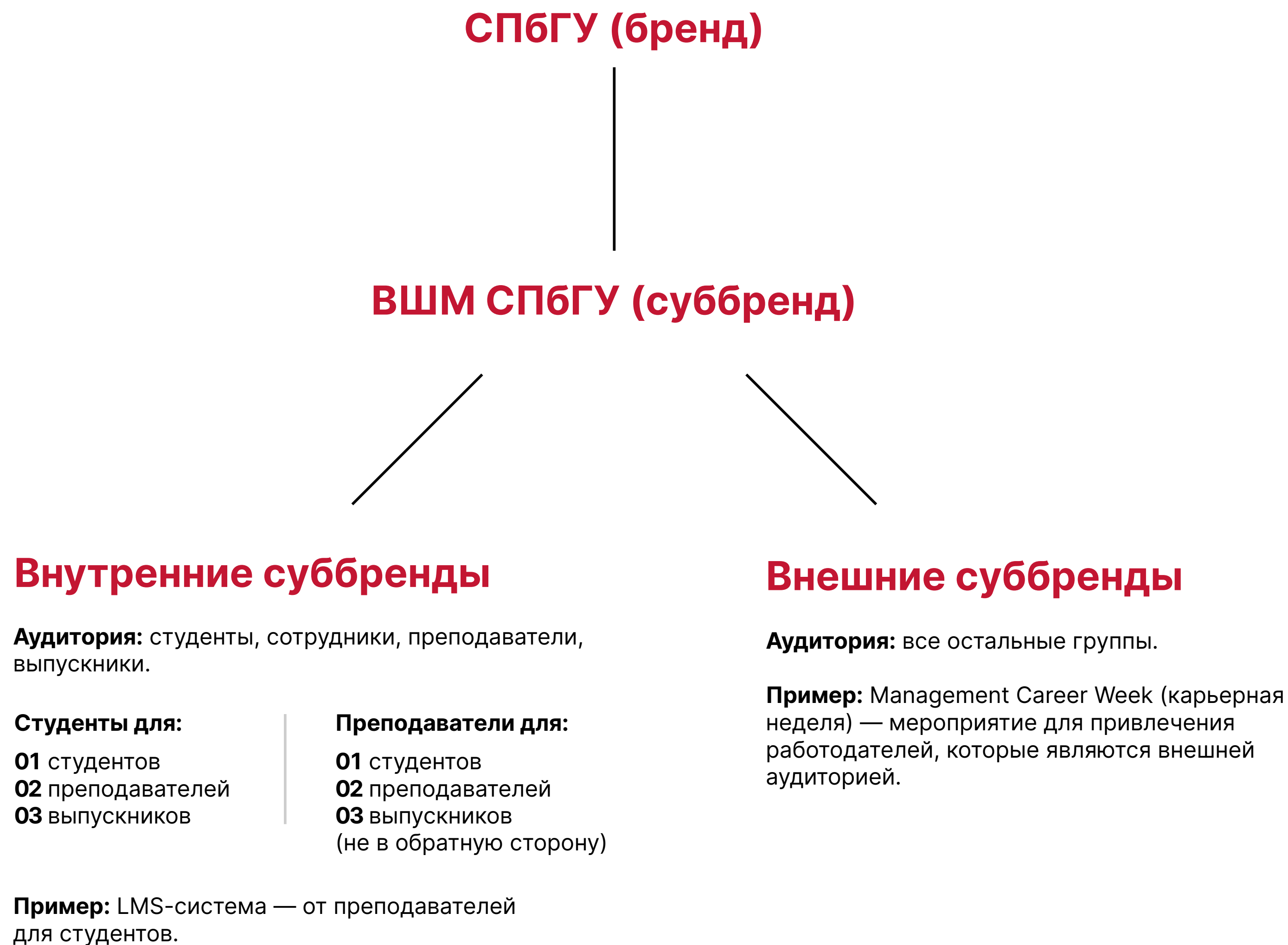


ТАБЛИЦА ПРОЕКТОВ ВШМ СПбГУ

В таблице перечислены проекты ВШМ СПбГУ с их классификацией.

НАЗВАНИЕ	ОРГАНИЗАТОРЫ	ЦА ВНЕШНЯЯ	ЦА ВНУТРЕННЯЯ	КЛАССИФИКАЦИЯ
Церемония вручения премии им. Питера Дракера	Студенты	Партнеры	Студенты, выпускники, сотрудники, партнеры	Внешний суббренд ВШМ СПбГУ
Карьерная неделя Management Career Week	Студенты, сотрудники ВШМ СПбГУ	Партнеры-работодатели	Студенты	Внешний суббренд ВШМ СПбГУ
Talent Up!	Студенты, сотрудники ВШМ СПбГУ	-	Выпускники, студенты	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
Method GSOM SPbU	Сотрудники ВШМ СПбГУ	Преподаватели и руководители вузов	-	Внешний суббренд ВШМ СПбГУ
GSOM Sport and Culture	Студенты	-	Студенты	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
Сообщество ВШМ СПбГУ	Сотрудники	-	Выпускники	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
GSOM Dance	Студенты	-	Студенты	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
GSOM SPbU Charity	Студенты	Благотворительные организации	Студенты	Внешний проект ВШМ СПбГУ
GSOM Green Campus	Студенты	-	Студенты	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
GSOM SPbU Case Club	Студенты	Студенты других вузов, партнеры	Студенты	Внешний проект ВШМ СПбГУ
GSOM Finance Club	Студенты	-	Студенты	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
Конференция «Развивающиеся рынки»	Сотрудники	Академическое сообщество	Преподаватели	Внешний проект ВШМ СПбГУ
Цифровая платформа ВШМ СПбГУ OWL LMS	Сотрудники	-	Студенты	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
GSOM Family	Сотрудники	-	Сотрудники	Внутренний проект ВШМ СПбГУ
Конференция «Менеджмент будущего»	Студенты ВШМ СПбГУ	Студенты других вузов	-	Внешний проект ВШМ СПбГУ

РАЗМЕЩЕНИЕ БРЕНДИНГА ВШМ СПБГУ ДЛЯ СУББРЕНДОВ

У каждого суббренда может быть свой фирменный стиль.

Для того, чтобы подчеркнуть причастность к ВШМ СПБГУ необходимо придерживаться правил, описанных в таблице ниже.

ГРАФИЧЕСКАЯ КОНСТАНТА	ВНУТРЕННИЕ СУББРЕНДЫ	ВНЕШНИЕ СУББРЕНДЫ
Логотип	+	+
Знак	●	●
Основная версия	●	●
Сокращенная горизонтальная версия	●	●
Версия с двуглавым орлом	●	●
Сокращенная вертикальная версия	●	●
Цвет	+/-	+
Шрифт	+/-	+/-
Паттерн	+/-	+/-
Контейнер для фотографий	+/-	+/-

Важно:

01 В пакшотах видео обязательно должен быть логотип ВШМ СПБГУ.

02 Из рекомендованных элементов необходимо использовать не менее 2-3 элементов (на выбор).

● Приоритетный вариант

+ Использование обязательно

+/- Использование рекомендуется, хотя бы в минимальном количестве

ВНУТРЕННИЕ СУБ-БРЕНДЫ. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Внутренние суббренды — суббренды, направленные на сотрудников, студентов, выпускников или преподавателей ВШМ СПбГУ.

Для внутренних суббрендов допустимо использовать без SPbU, но предпочтительнее все же использовать полное бренд-наименование GSOM SPbU / ВШМ СПбГУ.

Если в названии суббренда до 15 знаков (с учетом пробелов), то правила создания логотипа следующие:

- 01** Размер и начертание знаков в текстовой части должны быть одинаковыми.
- 02** Название пишется в две строки. При этом GSOM всегда на первой строке, остальной текст на второй.

Если в названии суббренда от 16 знаков и больше, то правила следующие:

- 01** Начертание знаков в текстовой части должны быть одинаковыми, размер знаков изменяется.
- 02** GSOM всегда на первой строке, остальное на следующих.

Важно:

Аббревиатура «ВШМ» без аббревиатуры «СПбГУ» не используется ни для каких проектов!

ДО 15 ЗНАКОВ (С УЧЕТОМ ПРОБЕЛОВ)



Выравнивание текстового блока относительно знака.



ОТ 16 ЗНАКОВ (С УЧЕТОМ ПРОБЕЛОВ)



Выравнивание текстового блока относительно знака.



INTER BOLD

Название внутреннего суббренда набирается фирменным шрифтом Inter в начертании Bold.

ВНУТРЕННИЕ СУБ-БРЕНДЫ. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Использование полного бренд-наименования GSOM SPbU / ВШМ СПбГУ является предпочтительным.

Название внутреннего суббренда набирается фирменным шрифтом Inter в начертании Bold.

Если в названии суббренда до 15 знаков (с учетом пробелов), то правила создания логотипа следующие:

- 01 Размер и начертание знаков в текстовой части должны быть одинаковыми.
- 02 Название пишется в две строки. При этом GSOM всегда на первой строке, остальной текст на второй.

Если в названии суббренда от 16 знаков и больше, то правила следующие:

- 01 Начертание знаков в текстовой части должны быть одинаковыми, размер знаков изменяется.
- 02 GSOM всегда на первой строке, остальное на следующих.

ДО 15 ЗНАКОВ (С УЧЕТОМ ПРОБЕЛОВ)



Выравнивание текстового блока относительно знака.



ОТ 16 ЗНАКОВ (С УЧЕТОМ ПРОБЕЛОВ)



Выравнивание текстового блока относительно знака.



INTER BOLD

Название внутреннего суббренда набирается фирменным шрифтом Inter в начертании Bold.

ВНУТРЕННИЕ СУБ- БРЕНДЫ. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Чтобы сохранить узнаваемость, не нарушайте принципы построения внутренних суббрендов.

Недопустимые варианты использования:

×



01/ Не используйте строчные буквы в названии суббренда, если в названии до 15 знаков (с учетом пробелов).

×



02/ Не используйте прописные буквы в названии суббренда, если в названии более 16 знаков (с учетом пробелов).

×



03/ GSOM (GSOM SPbU) всегда на первой строке, остальное на следующих.

×



04/ Название суббренда выходит за охранное поле знака.

ВНЕШНИЕ СУБ-БРЕНДЫ. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Внешние суббренды - суббренды, направленные на отличную от внутренних суббрендов аудиторию.

Внешние суббренды могут как использовать фирменный стиль ВШМ СПбГУ (предпочтительно), так и собственный стиль. Если используется фирменный стиль ВШМ СПбГУ, то логотип суббренда делается по правилам для внутренних суббрендов.

Если логотип самого бренда красного цвета (фирменного для ВШМ СПбГУ), тогда логотип создается по следующим правилам:

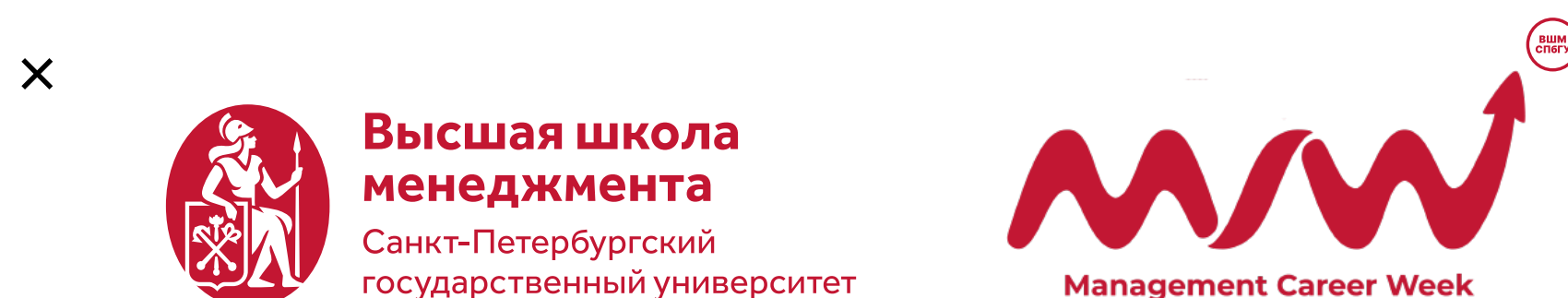
- 01 В правом верхнем углу размещается круглый знак причастности суббренда к ВШМ СПбГУ (незамкнутый круг с надписью «ВШМ СПбГУ» внутри)
- 02 Цвет знака может быть только красного цвета. Исключение: монохромная версия.

Важно:

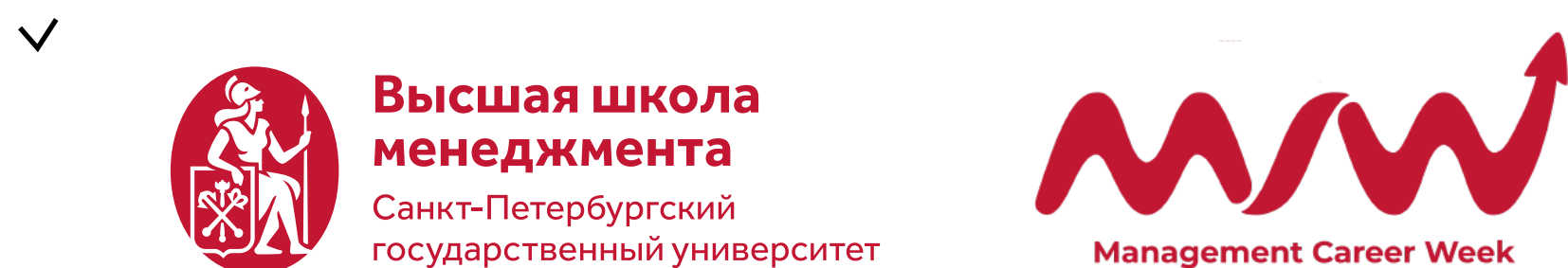
Логотип со знаком используется, когда на носителе нет логотипа ВШМ СПбГУ. Также если формат носителя небольшой, то рядом с логотипом суббренда используется логотип ВШМ СПбГУ, а степень у суббренда не ставится.



Использование логотипов:



Не верно. Рядом с логотипом суббренда стоит логотип ВШМ СПбГУ. Необходимо использовать логотип суббренда без степени.



Верно.

Правила использования фирменного стиля ВШМ СПбГУ во внешних суббрендах:

Обязательно должны присутствовать элементы в красном цвете на макетах, фирменный контейнер и фирменный паттерн.

В носителях (презентациях, буклетах), пэкшотах на видео обязательно должен появляться логотип ВШМ СПбГУ.

ВНЕШНИЕ СУБ-БРЕНДЫ. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Внешние суббренды - суббренды, направленные на отличную от внутренних суббрендов аудиторию.

Внешние суббренды могут как использовать фирменный стиль ВШМ СПбГУ (предпочтительно), так и собственный стиль. Если используется фирменный стиль ВШМ СПбГУ, то логотип суббренда делается по правилам для внутренних суббрендов.

Если логотип самого бренда не фирменного красного цвета, тогда логотип создается по следующим правилам:

- 01 В правом верхнем углу размещается знак с Минервой.
- 02 Цвет знака зависит от цвета фона, на котором размещается логотип. Подробнее смотрите на странице «Цветовые версии знака» - стр. 18.

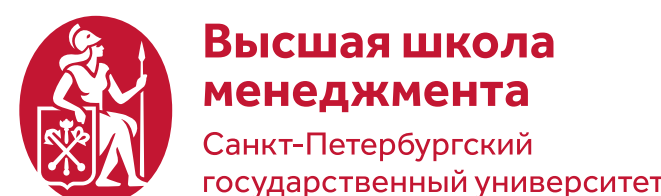
Важно:

Логотип со знаком используется, когда на носителе нет логотипа ВШМ СПбГУ. Также если формат носителя небольшой, то рядом с логотипом суббренда используется логотип ВШМ СПбГУ, а степень у суббренда не ставится.



Использование логотипов:

×



Не верно. Рядом с логотипом суббренда стоит логотип ВШМ СПбГУ. Необходимо использовать логотип суббренда без степени.

Верно.

Правила использования фирменного стиля ВШМ СПбГУ во внешних суббрендах:

Обязательно должны присутствовать элементы в красном цвете на макетах, фирменный контейнер и фирменный паттерн.

В носителях (презентациях, буклетах), пэкшотах на видео обязательно должен появляться логотип ВШМ СПбГУ.

ПРИМЕР ВНЕШНЕГО СУББРЕНДА

Management Career Week относится к внутренним проектам, но он выходит за территорию ВШМ СПбГУ.

В этом случае недостаточно разместить только логотип. При создании макетов опирайтесь на второй столбец таблицы, представленной ранее.

Рассмотрим применение пунктов из таблицы на конкретном примере, а именно на слайдах презентации партнерского предложения MCW 2022.

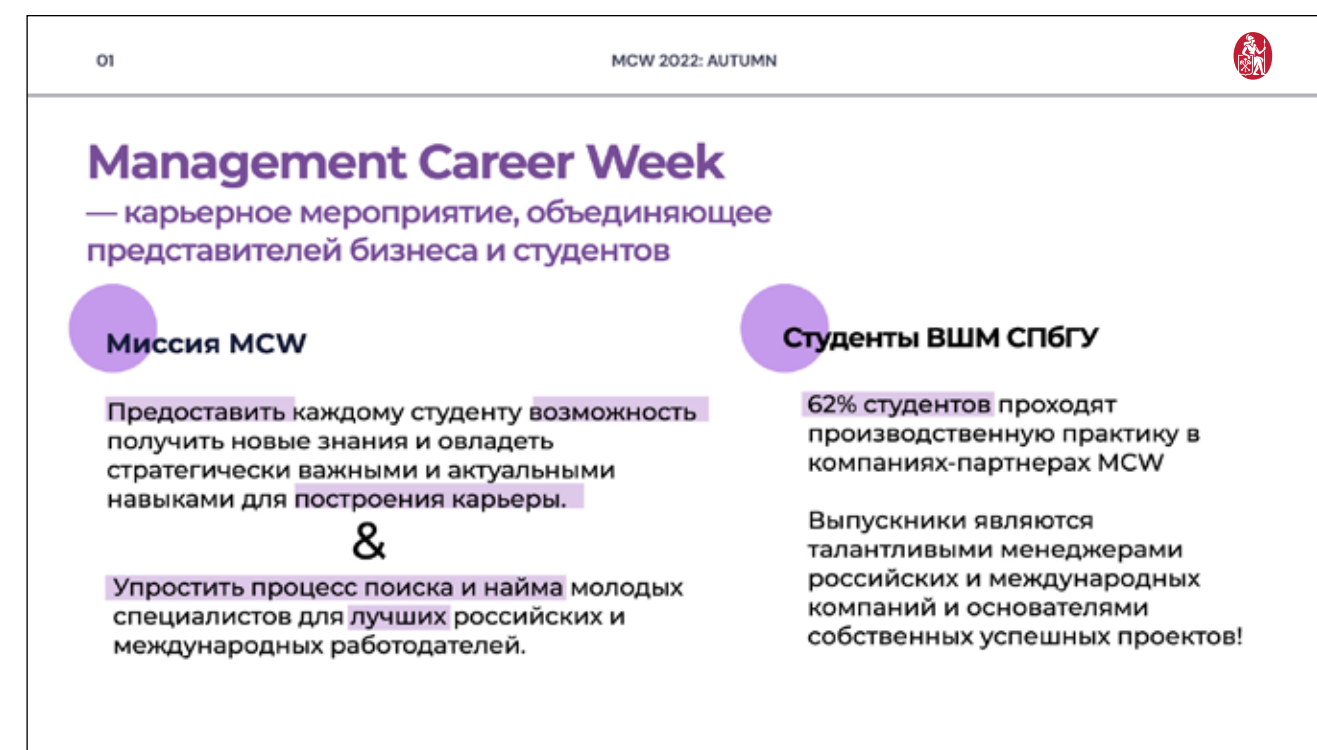
У MCW есть свой фирменный стиль, его важно сохранить. Также важно показать, что мероприятие относится к ВШМ СПбГУ. Поэтому при создании презентации опирайтесь на схему справа.



1 слайд — обложка

Оформляется в стиле ВШМ СПбГУ.

Используем: основную версию логотипа, фирменный красный цвет, фирменный шрифт, паттерн.



2 - ... слайды — информация о мероприятии

Оформляется в стиле мероприятия, но на каждом слайде обязательно размещать знак или логотип ВШМ СПбГУ.

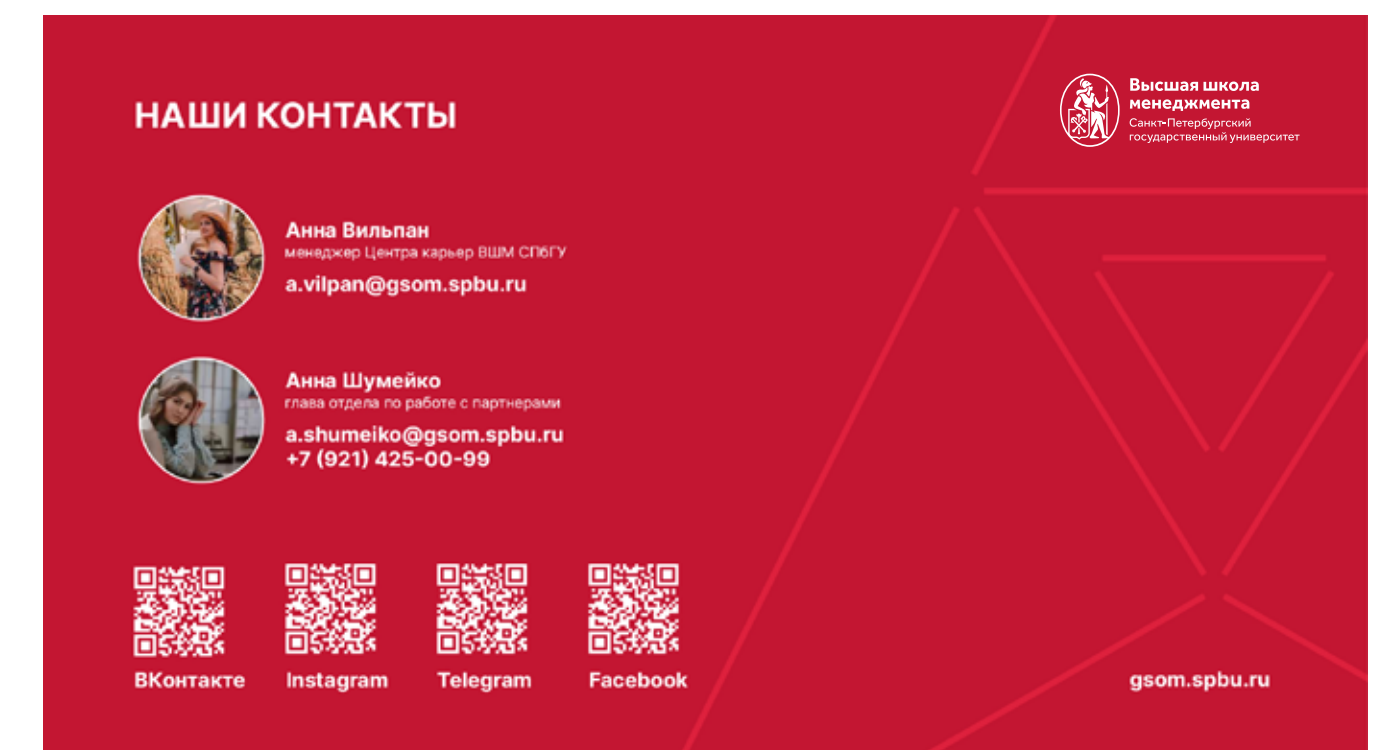
На примере используется знак, так как на открывающем слайде уже стоит основная версия, а на данной группе слайдов акцент сфокусирован на контент мероприятия.



1 слайд — обложка (светлая тема)

Оформляется в стиле ВШМ СПбГУ.

Используем: основную версию логотипа, фирменный красный цвет для заголовка, фирменный шрифт, паттерн.



Последний слайд — контакты

Оформляется в стиле ВШМ СПбГУ.

Используем: фирменный красный цвет, фирменный шрифт, паттерн, логотип.

ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ВИДЕО

Для использования логотипов бренда и суббренда в начале или конце видеоролика следите за их поочередным появлением (отдельно друг от друга и без знака коллаборации).

Если в ролике присутствуют другие логотипы, размещайте их в следующем порядке:

1. GSOM SPbU/ВШМ СПбГУ;
2. Логотип суббренда;
3. Другие логотипы.

Чтобы определить положение логотипа, разделите экран на 9 частей, как на схематичной раскадровке справа.

Кадр 1

1080x1920 px



Кадр 2

1080x1920 px



КОБРЕНДИНГ

В разделе описаны правила построения макетов, рекомендации по оформлению площадок. Внимательно изучите данный раздел.

КОБРЕНДИНГ: РАЗМЕЩЕНИЕ БРЕНДИНГА ВШМ СПБГУ

50/50 (ВШМ СПбГУ/партнер) — процентное соотношение брендинга.

Каждый случай партнерства индивидуальный, при обсуждении сотрудничества можно пользоваться следующей таблицей.

ГРАФИЧЕСКАЯ КОНСТАНТА	СОВМЕСТНЫЙ ПАРТНЕРСКИЙ ПРОЕКТ 50/50	ПРОЕКТ 70/30 НА ТЕРРИТОРИИ ПАРТНЕРА	ПРОЕКТ 30/70 НА ТЕРРИТОРИИ ВШМ СПБГУ
Логотип	+	+	+
Знак	●	●	●
Основная версия	●	●	●
Сокращенная горизонтальная версия	●	●	●
Версия с двуглавым орлом	●	●	●
Сокращенная вертикальная версия	●	●	●
Цвет	+/-	+	+/-
Шрифт	+/-	+/-	+/-
Паттерн	+/-	+/-	+/-
Контейнер для фотографий	+/-	+/-	+/-

+ Использование обязательно

+/- Использование рекомендуется (обсуждается с партнером)

● Приоритетный вариант

КОБРЕНДИНГ. ПРОЕКТ 30/70 НА ТЕРРИТОРИИ ВШМ СПбГУ

Так как проект размещается на территории ВШМ СПбГУ, тогда в качестве логотипа приоритетнее выбирать одну из сокращенных версий логотипа или знак. Также необходимо хотя бы на некоторых макетах использовать фирменный красный цвет.

Правила размещения брендинга ВШМ СПбГУ для этого случая следующие:

- 01** Если логотипы стоят в ряд (например, на дипломах), тогда логотип ВШМ СПбГУ стоит первым.
- 02** Если носителей несколько видов (например, бейджи, наградная продукция, карточки квиза), тогда часть носителей можно сделать с использованием цвета ВШМ СПбГУ.
- 03** Если у проекта ведутся социальные сети, то необходимо добавлять в контент-план информацию о ВШМ СПбГУ или спикерах от ВШМ СПбГУ.

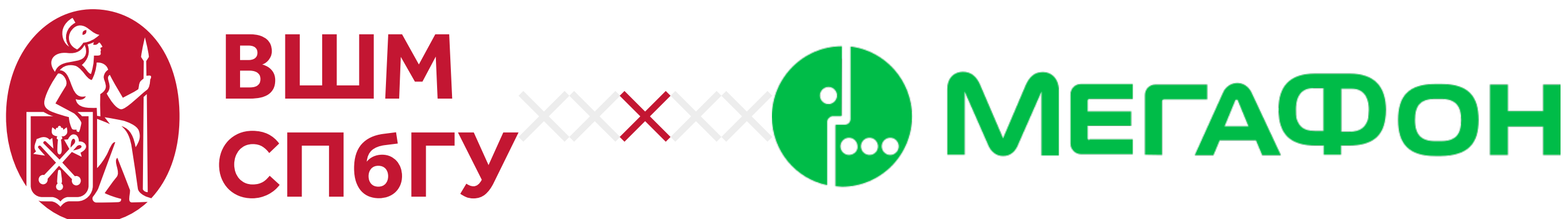
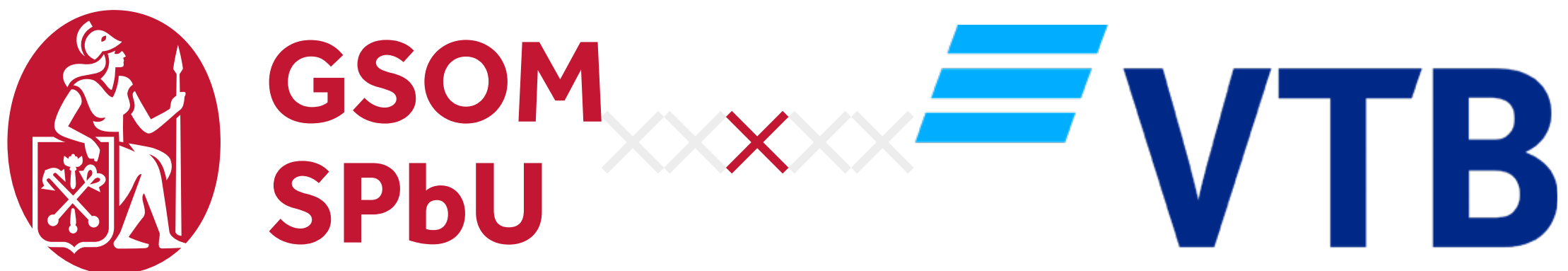


КОБРЕНДИНГ. СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ 50/50

Логотипы партнеров необходимо размещать через знак коллаборации. Расстояние между логотипом и знаком равно ширине двух знаков коллаборации. Построение и принцип размещения показаны на схеме справа.

При использовании соблюдайте следующие правила.

- 01** Порядок логотипов обсуждается с партнером.
- 02** В зависимости от написания текстовой части партнера (кириллицей или латиницей) выбирайте соответствующую языковую версию логотипа для ВШМ СПбГУ.
- 03** Если логотип партнера размещаются на фирменной плашке, тогда знак коллаборации не используется.



Толщина штриха знака X равна 1/2 от толщины штриха буквы G/B.

Важно:

Если в проекте от 3 партнеров и больше, тогда знак коллаборации не используется. В этом случае логотипы располагаются через отступ. Не забывайте учитывать охранные поля логотипов.



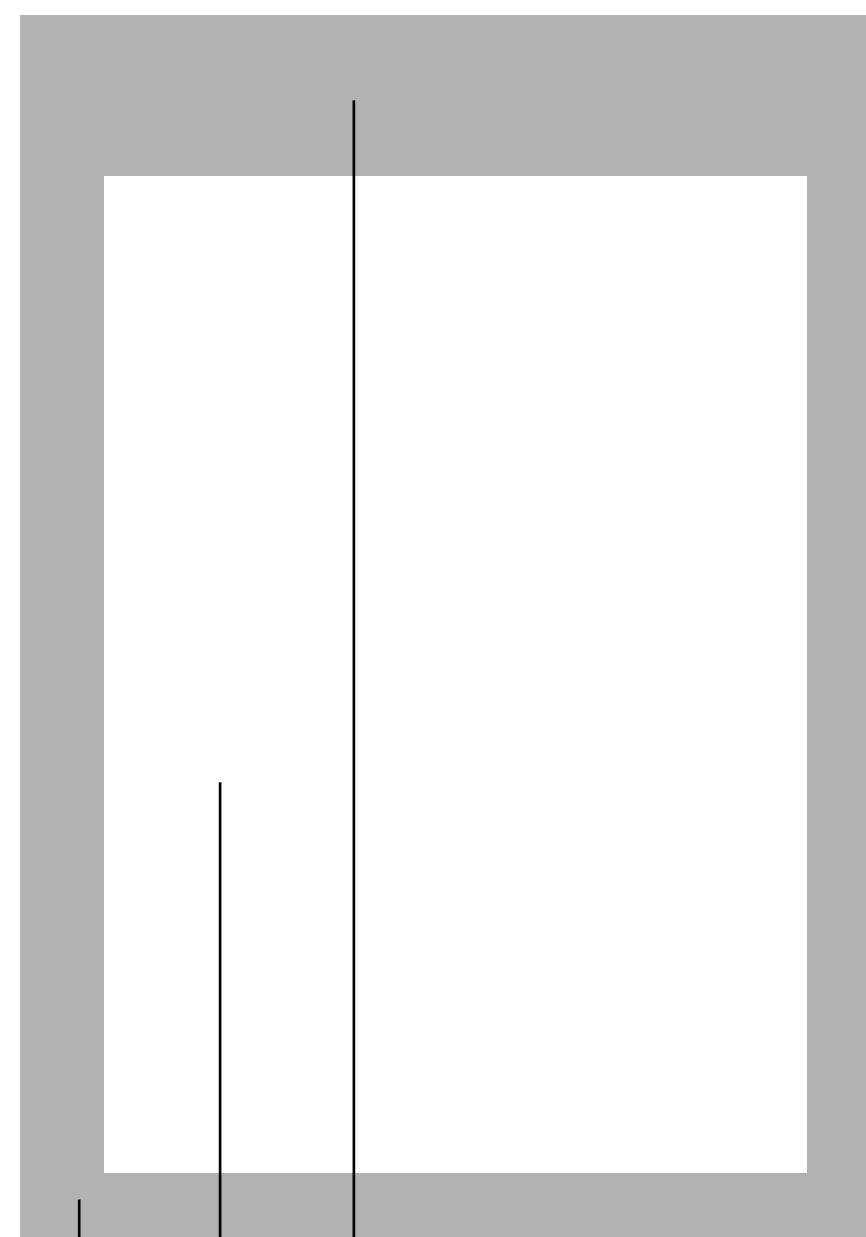
КОБРЕНДИНГ. СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ 50/50

Пример совместного проекта — лаборатория с компанией МегаФон.

Общие правила:

- 01** Логотип ВШМ СПбГУ должен быть на любом носителе.
- 02** Порядок логотипов обсуждается с партнером.

Справа приведены примеры реализации плаката.



Область
для логотипов

Графика партнера

Возможно: заливка фирменным красным цветом ВШМ СПбГУ, общий паттерн



Пример плаката, который размещается на территории ВШМ СПбГУ.



Пример плаката, который размещается на территории партнера.

Важно:

Также носителями со стороны ВШМ СПбГУ могут быть: полиграфическая продукция, мерч, сувенирная продукция, шары фирменного красного цвета и так далее.

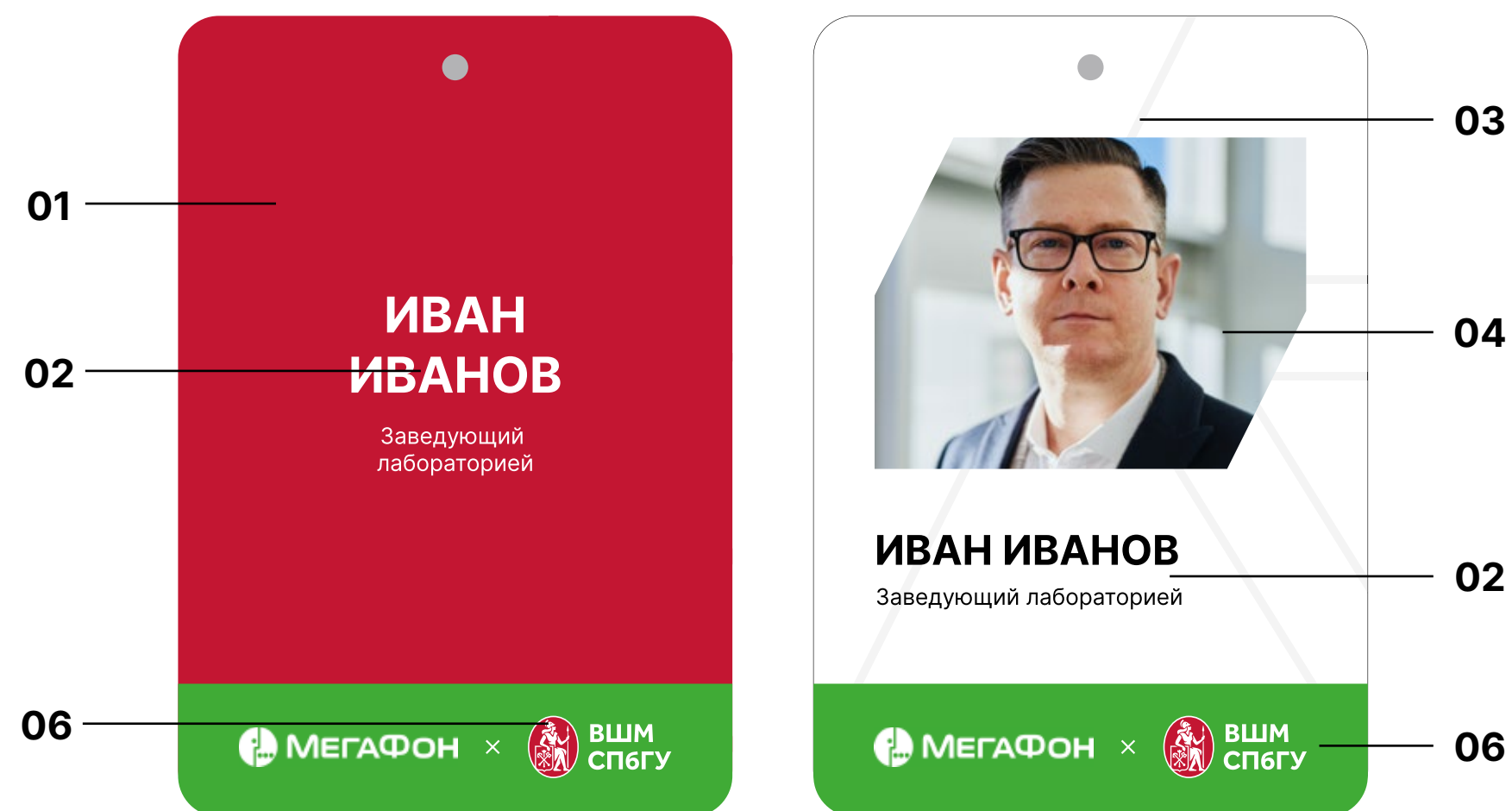
ПРИМЕР КОБРЕНДИНГА ДЛЯ СОВМЕСТНЫХ ПРОЕКТОВ

Также справа приведены примеры адаптации приемов, которые допустимо применять к макетам, чтобы выполнить рекомендации из таблицы.

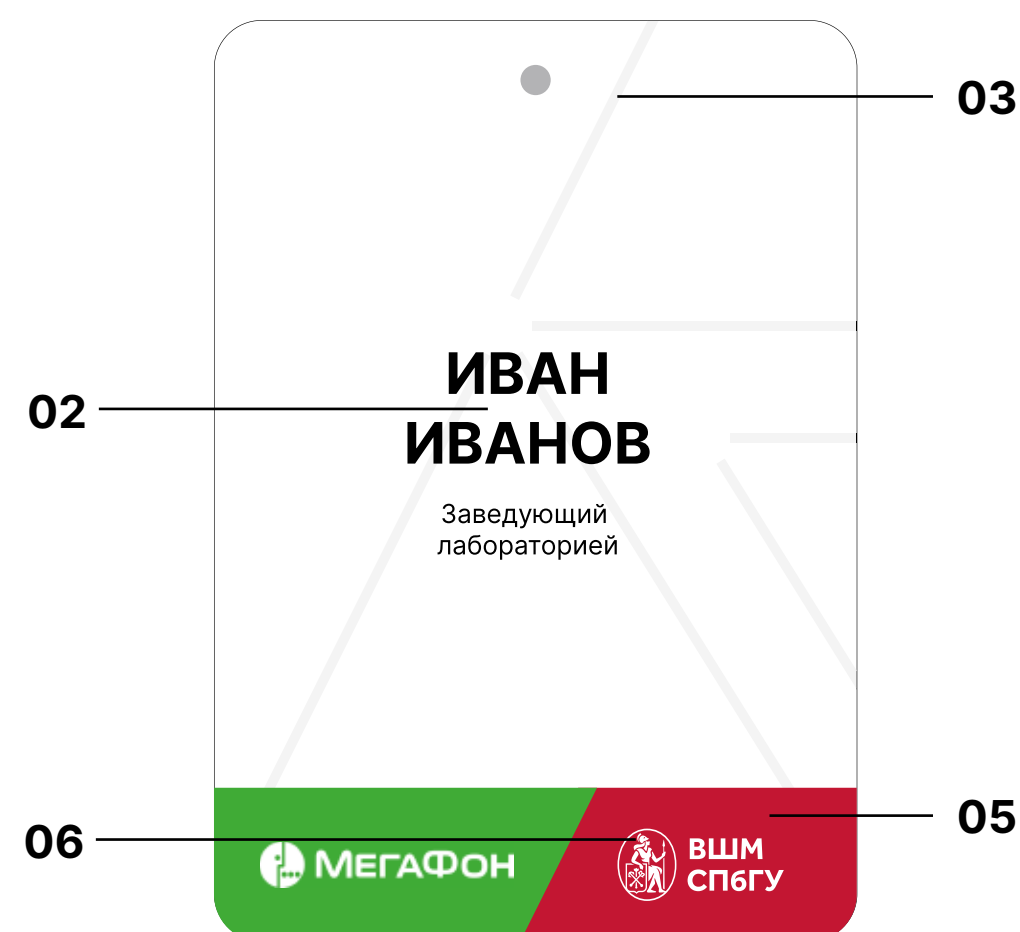
- 01 Заливка фирменными цветами.
- 02 Использование фирменных шрифтов ВШМ СПбГУ.
- 03 Использование паттерна.
- 04 Использование контейнера.
- 05 Использование фирменной плашки.
- 06 Использование логотипа.

Важно:

Каждый носитель уникален, поэтому каждый раз используйте оптимальное количество графических приемов и адаптируйтесь исходя из контента.



Бейджи. Логотипы со знаком кобрендинга



Бейджи.
Логотипы на фирменной плашке



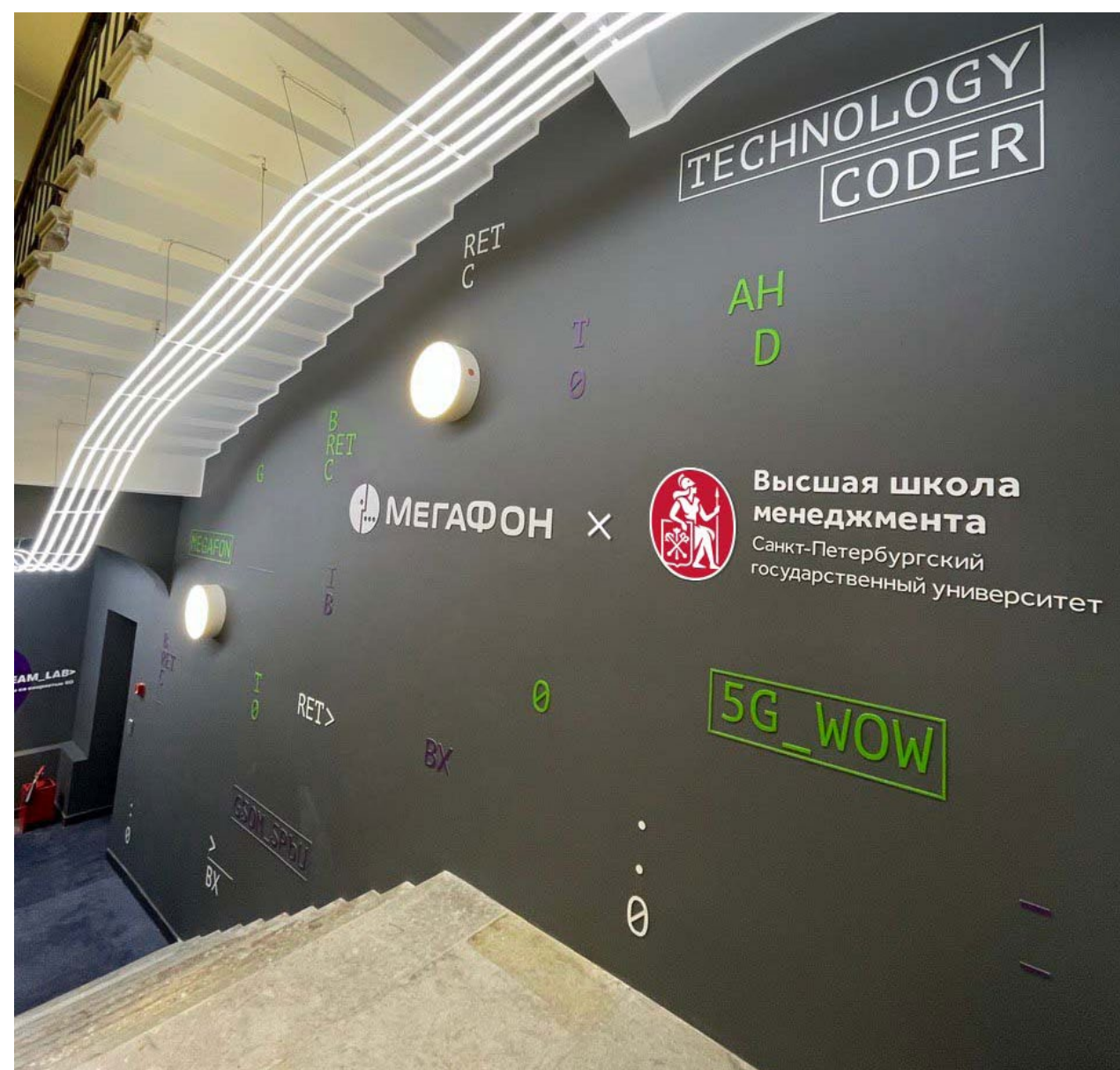
Плакат



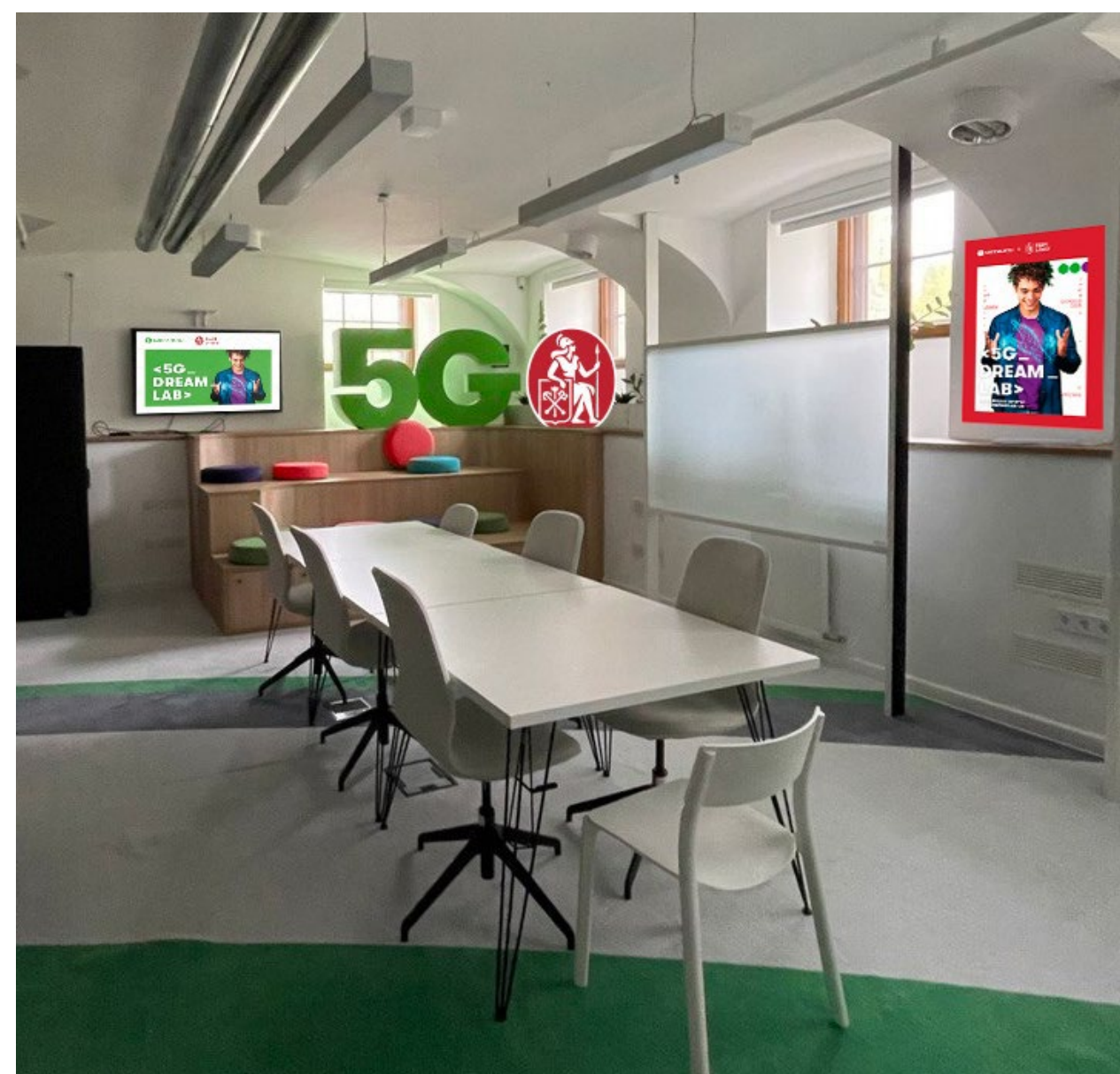
Баннер на сайт.
Размещение трех логотипов партнеров

ПРАВИЛА БРЕНДИРОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВ В СОВМЕСТНЫХ ПРОЕКТАХ

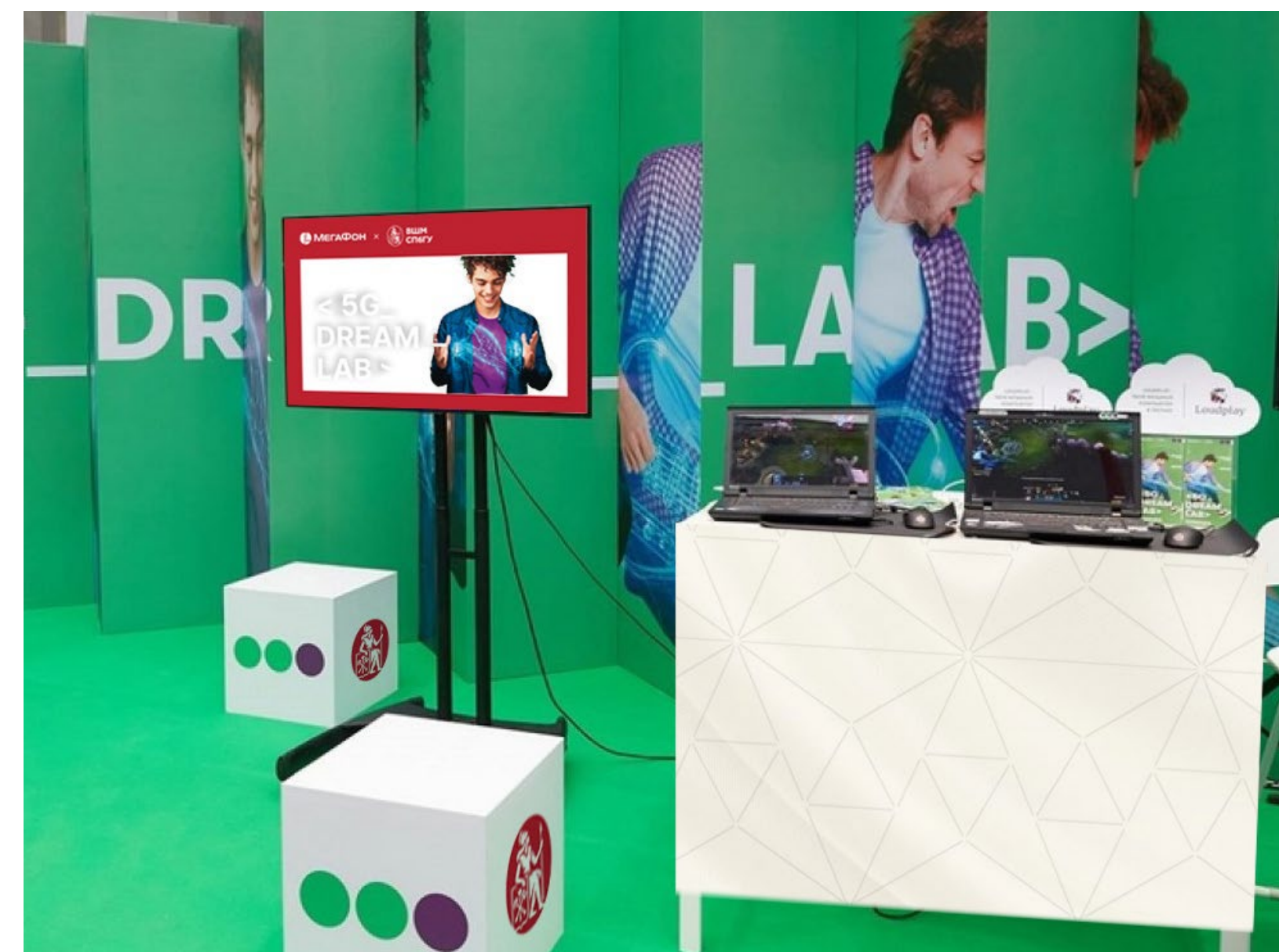
При брендировании площадки необходимо, чтобы сразу считывалась причастность обоих партнеров. Соотношение брендинга партнера и брендинга ВШМ СПбГУ должно быть согласовано с партнером, но брендинга ВШМ СПбГУ должно быть не менее 30%.



Для оформления стены необходимо использовать логотип с красной заливкой знака. Если используется монохромная версия логотипа, тогда необходимо добавлять в оформлении другие графические константы. Например, цвет или паттерн.



Возможные варианты для добавления в аудиторию: объемная фигурка знака ВШМ СПбГУ, подушки фирменного красного цвета, брендированные плакаты.



Брендирование кубов, скатерть с фирменным паттерном на столы, афиши события на экранах.

РАЗМЕЩЕНИЯ ЛОГОТИПА ВШМ СПбГУ В ФОРМАТЕ СТОРОННЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В случае, когда ВШМ СПбГУ выступает в роли сторонней организации, на макеты партнера помещается только логотип вуза. Пример: кейс с Unilever.

Правила, которые важно учесть:

- 01** Логотип ВШМ СПбГУ должен быть на всех носителях партнера.
- 02** Логотип размещается в одну строку с логотипом партнера.
- 03** Если есть возможность, то на макете размещается сайт ВШМ СПбГУ.

Для того, чтобы логотипы смотрелись гармонично, допустимо использовать монохромную версию, как на примере справа.

Важно:

Подробнее правила описаны на странице «Размещение логотипа ВШМ СПбГУ и партнеров».



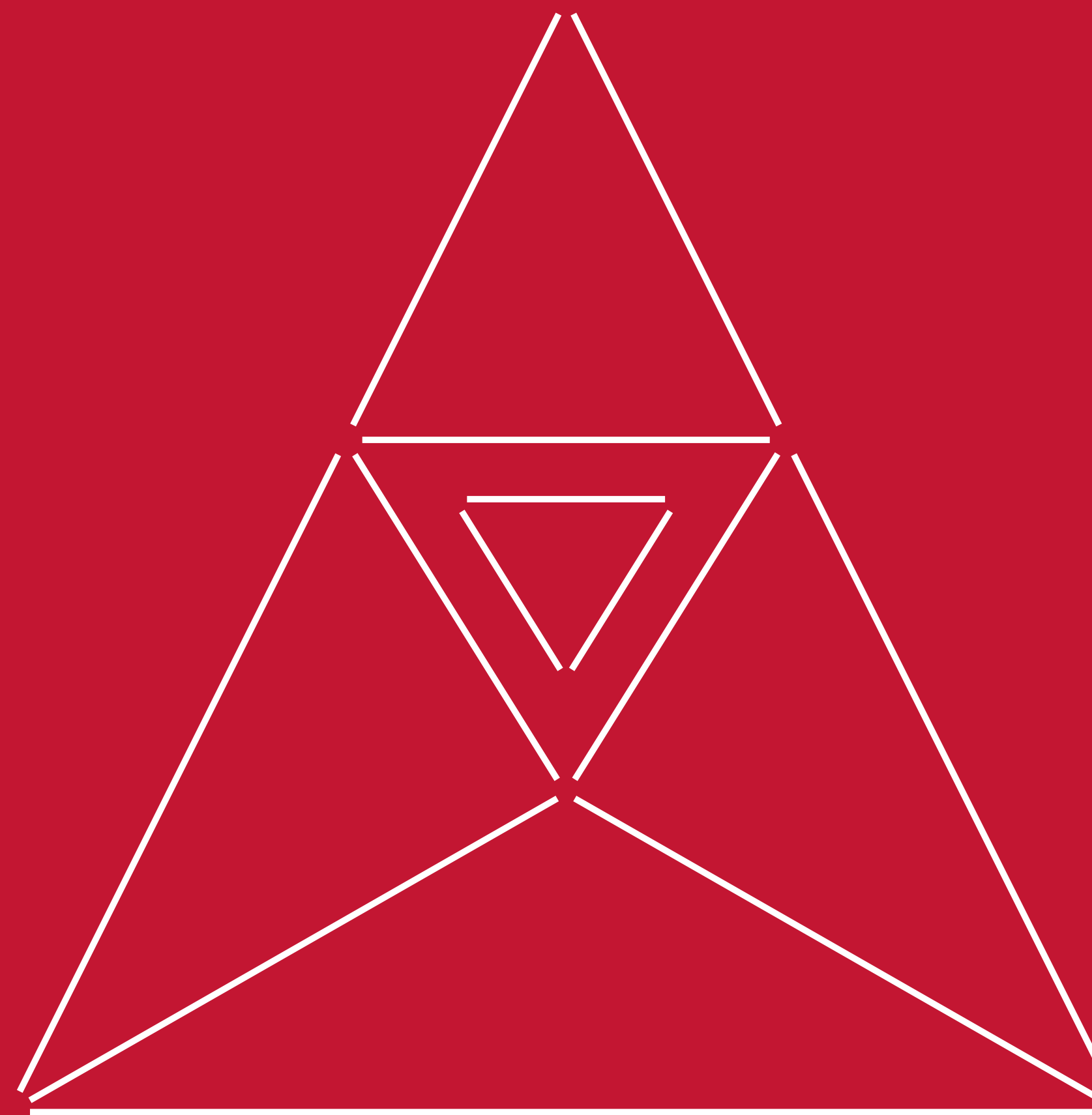
ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Фирменные элементы продолжают визуальный язык бренда. Они используются для создания акцентов и поддержания внимания к коммуникации.

ФИРМЕННЫЕ ПАТТЕРНЫ НАПРАВЛЕНИЙ

Направления ВШМ СПбГУ представляют собой зоны роста для обучающегося. Каждый новый этап — это ступень в развитии специалиста, его карьеры и навыков.

Треугольник выступает геометрическим выражением каждой программы обучения ВШМ СПбГУ.

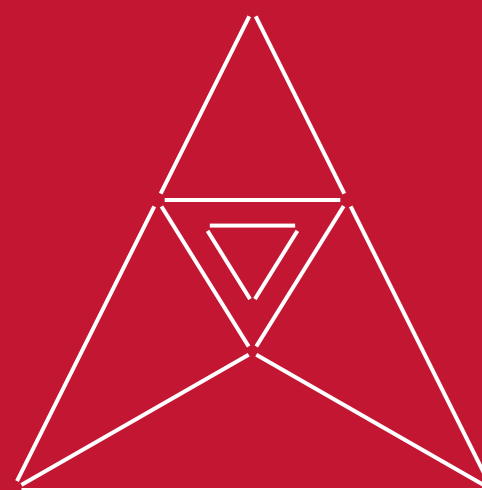


ФИРМЕННЫЕ ПАТТЕРНЫ НАПРАВЛЕНИЙ

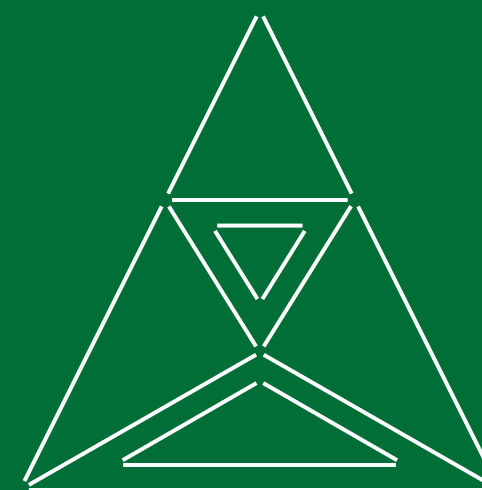
Для выделения одного из направлений программ ВШМ СПбГУ используется дополнительный треугольник.

Это позволяет визуально обозначить конкретное направление. Впоследствии получившийся паттерн можно использовать в коммуникациях каждого из направлений отдельно.

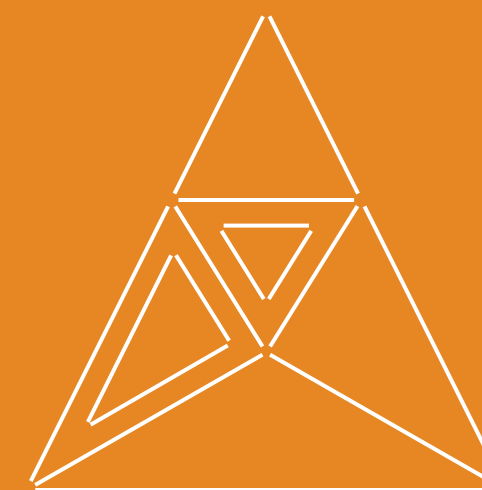
Для онлайн-ДПО и МВА/ЕМВА внутренний треугольник имеет одинаковое расположение.



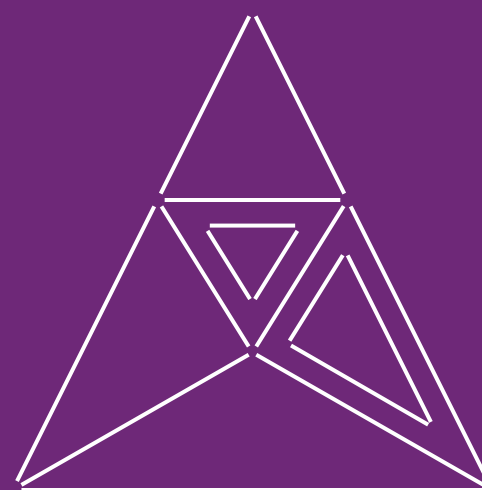
ВШМ СПбГУ



БАКАЛАВРИАТ



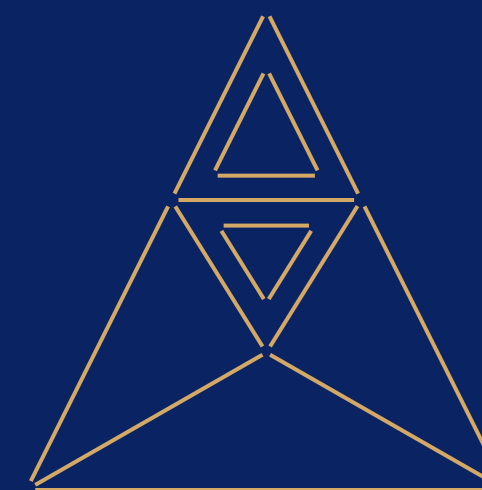
МАГИСТРАТУРА



АСПИРАНТУРА



ОНЛАЙН-ДПО



МВА/ЕМВА

ФИРМЕННЫЕ ПАТТЕРНЫ НАПРАВЛЕНИЙ

- 01** В качестве фона всегда используется основная цвет направления. Линии паттерна всегда светлее. Нужные цвета в разделе «Цвет».
- 02** Линии могут быть окрашены в белый цвет.
- 03** Запрещено использовать произвольные цвета.
- 04** Запрещено менять положение линий в треугольниках.
- 05** При кадрировании треугольник направления должен быть заметен.
- 06** При печати паттерна на больших форматах (пресс-волл, ролл-ап) отдавайте предпочтение версиям паттерна в белом или золотом цвете.

Важно:

Более светлые оттенки используйте только для паттерна, не для заливки фона.



ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

Любая часть графического паттерна берет свое начало и опирается в логотип ВШМ СПбГУ, который заложен в точку соединения элементов.

Для общих носителей, которые не относятся к конкретному направлению подготовки, используется общий паттерн. Это может быть ролл-ап с перечислением всех программ, деловая документация или сувенирная продукция.

Важно:

Не меняйте расположение линий.



ФИРМЕННЫЙ КОНТЕЙНЕР

Фирменный контейнер представляет собой прямоугольник с двумя отсеченными углами. Направление отсечения задается одной из граней треугольника.



-26,61 °

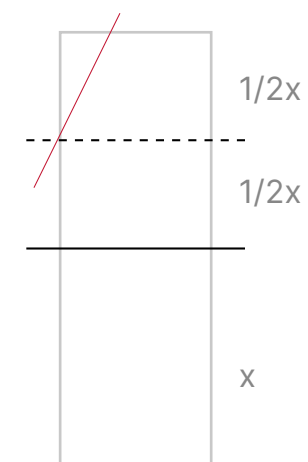
Важно:

Запрещено отсекалть другие углы прямоугольного контейнера.

ФИРМЕННЫЙ КОНТЕЙНЕР

Создать контейнер самостоятельно можно несколькими способами. Справа приведены способы построения для прямоугольников, у которых длина больше ширины (горизонтальная ориентация).

Не используйте указанные способы для вертикальных прямоугольников. В этом случае используйте схему ниже.



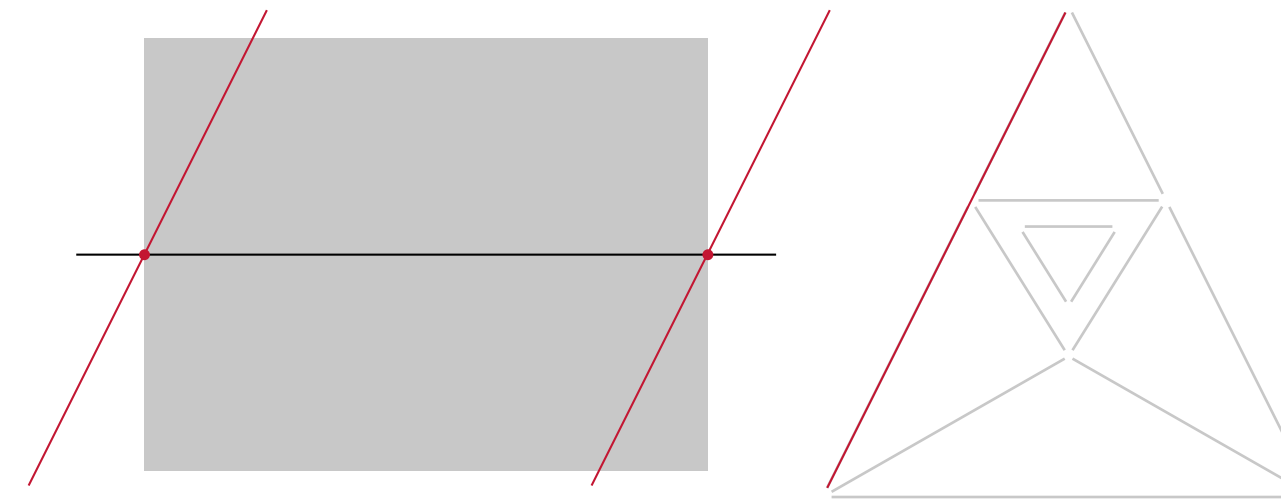
Важно:

При трансформировании полученного контейнера, следите за тем, чтобы наклон срезаемых углов оставался неизменным. Не растягивайте контейнер, а трансформируйте его, используя опорные точки

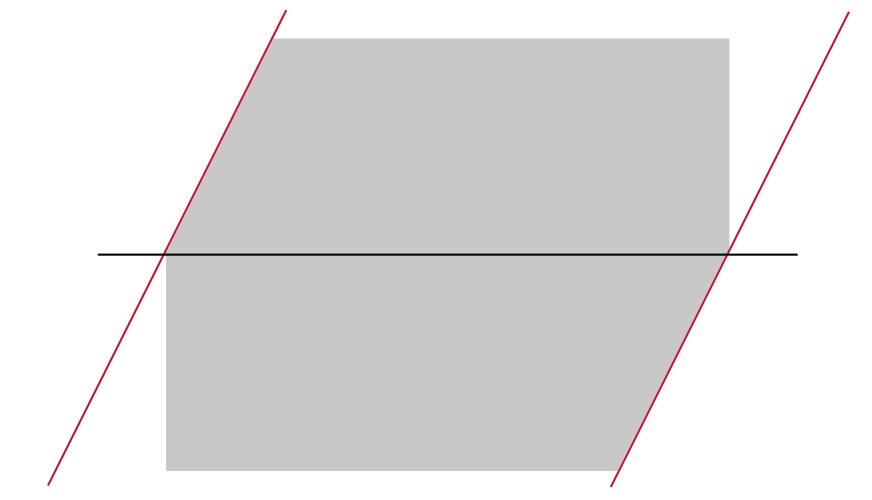
Способ 1



Шаг 1. Постройте прямоугольник.

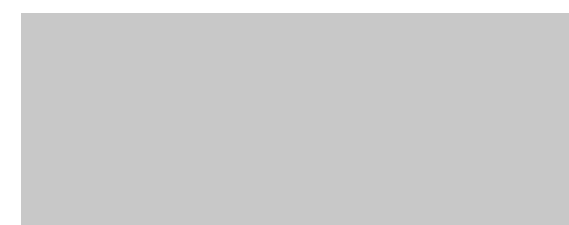


Шаг 2. Проведите линию по центру, постройте две направляющие так, как показано на рисунке.

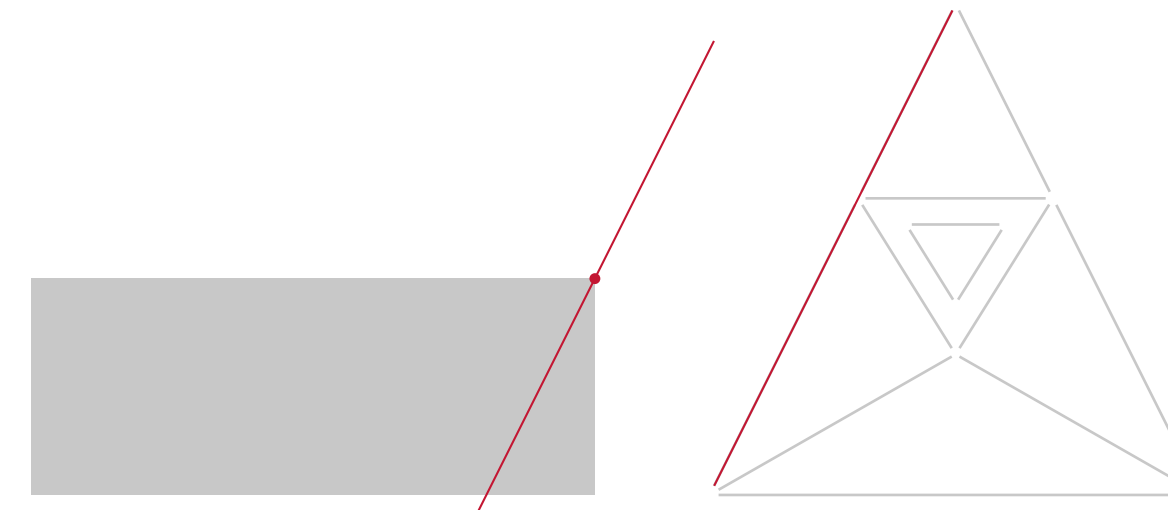


Шаг 3. Удалите части, которые отсекает линия.

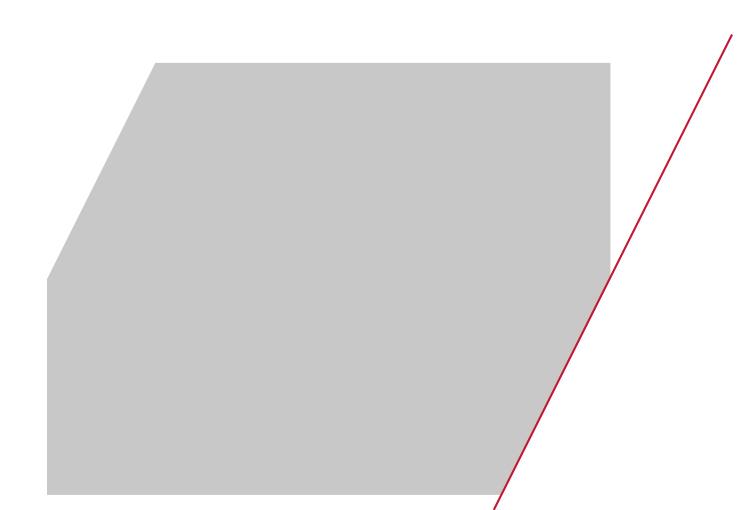
Способ 2



Шаг 1. Постройте прямоугольник.



Шаг 2. Постройте направляющую так, как показано на рисунке.



Шаг 3. Удалите часть, которую отсекает линия, продублируйте полученную деталь.

ПРАВИЛА РАБОТЫ С КОНТЕЙНЕРОМ

При работе с фирменным контейнером соблюдайте ряд правил.

- 01** Контейнер может располагаться в правой части макета, но в этом случае он не привязывается к углам (есть отступ от края).
- 02** Контейнер может быть кадрирован. Наклон грани при этом остается неизменным.
- 03** Контейнер может быть выровнен по центру.
- 04** Контейнер можно растягивать, при этом наклон граней всегда остается неизменным.



Важно:

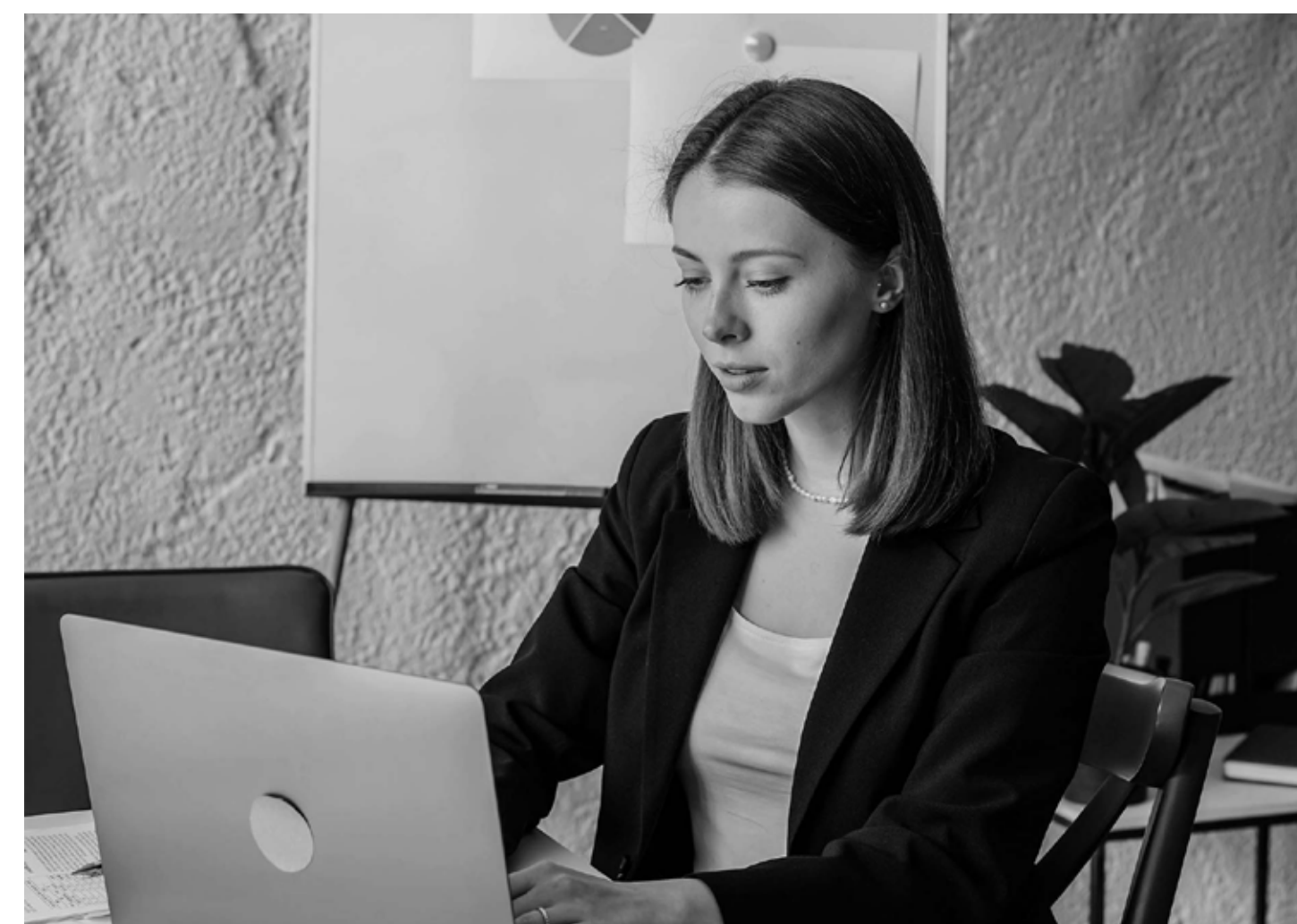
Запрещено зеркально отражать контейнер по вертикали.

ФОТОСТИЛЬ ДЛЯ ВСЕХ НАПРАВЛЕНИЙ

Главная задача фотостилия — максимально передать настроение ВШМ СПбГУ. Независимо от направления, фотографии должны вызывать позитивные ассоциации.

Изображения людей должны транслировать дружелюбный настрой, благополучие, развитие, успех и сосредоточенность.

Используйте фото людей, похожих на целевую аудиторию.



Онлайн-ДПО и МВА/ЕМВА

Важно:

Для направлений онлайн-ДПО и МВА/ЕМВА используются только черно-белые фотографии. Остальные рекомендации остаются неизменными.

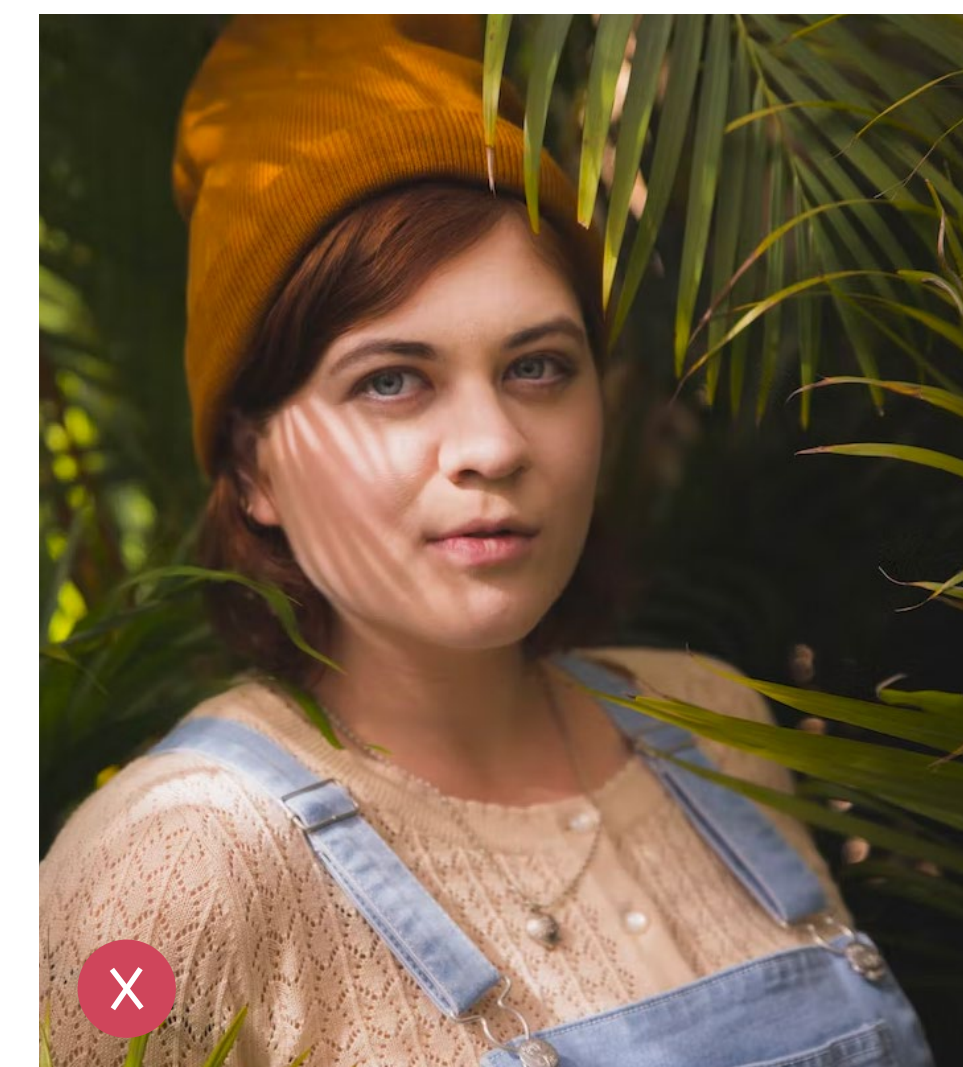
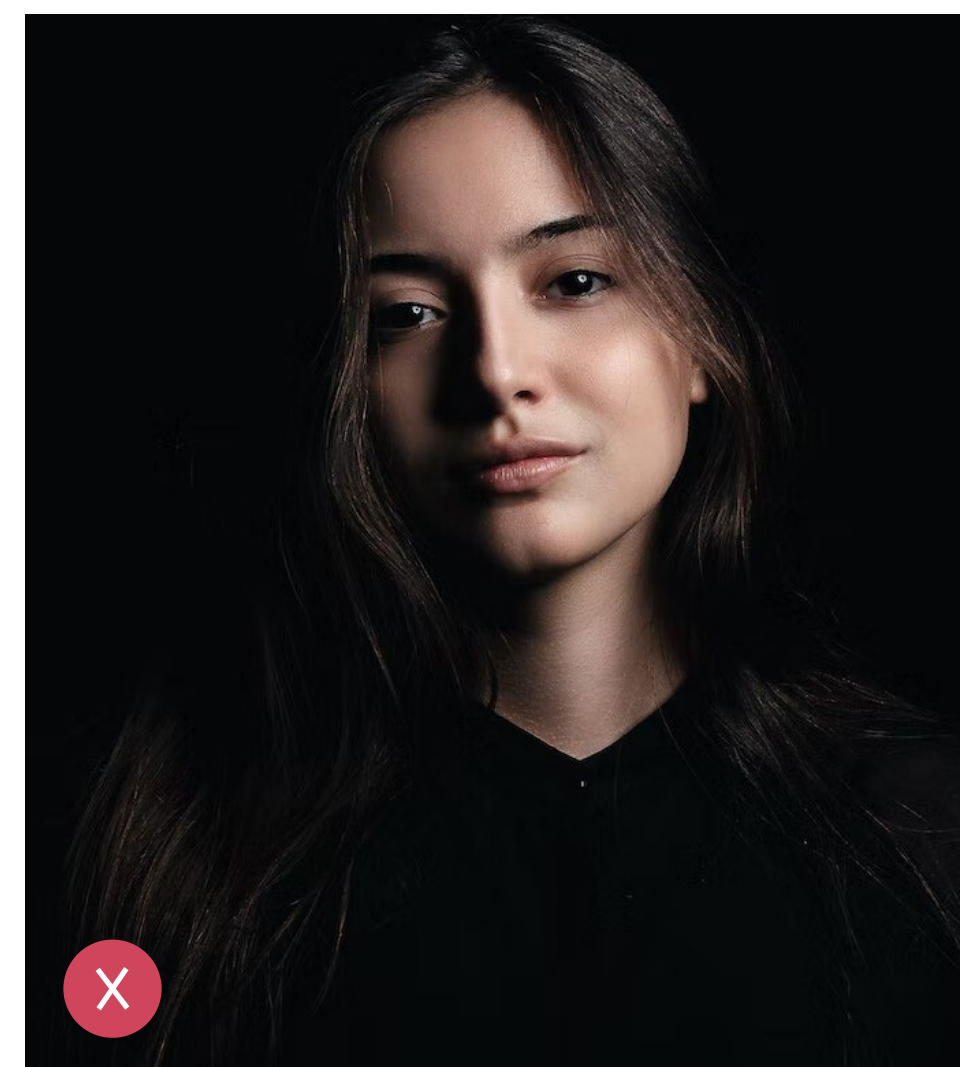
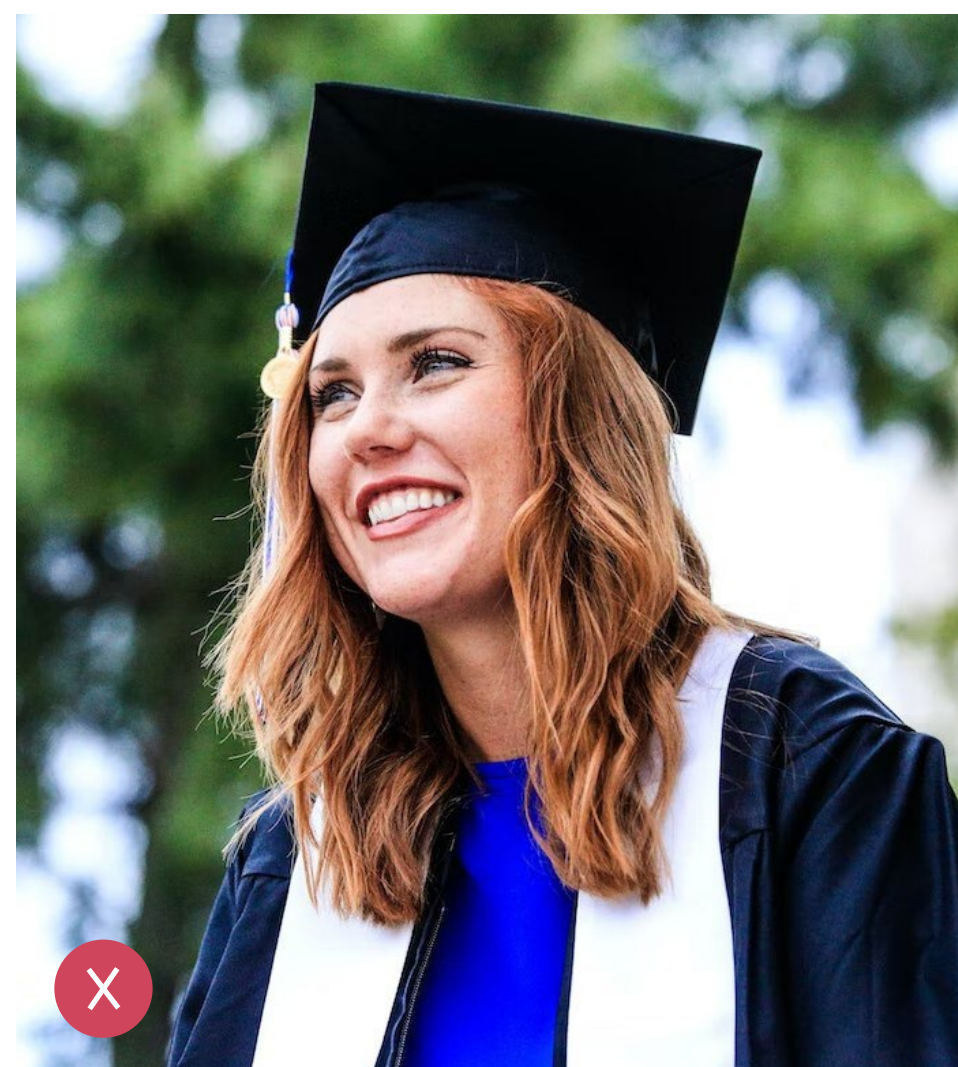
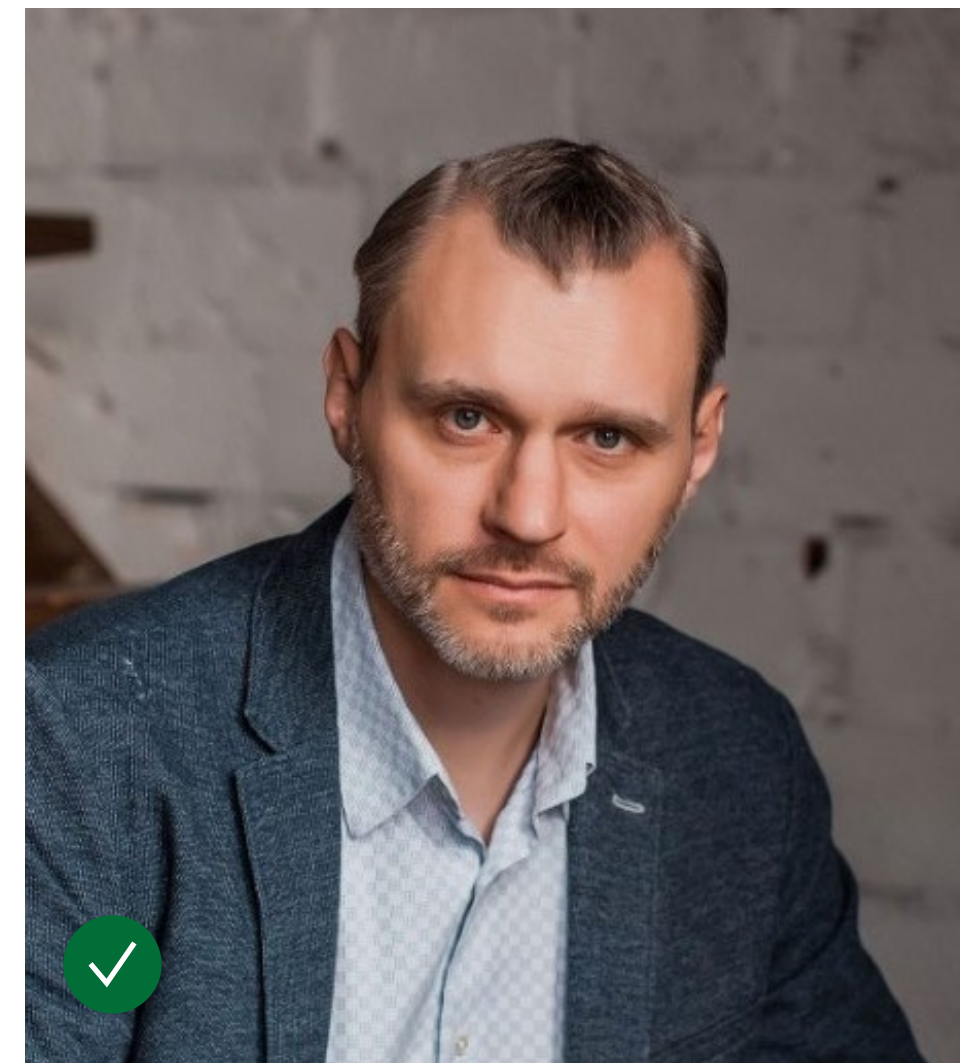
ФОТОСТИЛЬ ДЛЯ ПОРТРЕТНОЙ СЪЕМКИ

Портреты используются на стендах, сайтах и т.д.

Для сохранения единого образа ВШМ СПбГУ рекомендуем выбирать одежду для моделей в деловом стиле.

По возможности ограничьте количество деталей на фотографии, чтобы не создавать визуальный шум и акцентировать внимание на личности.

В качестве фона выбирайте нейтральный цвет. Исключением могут быть фирменные цвета, если это соответствует концепции фотосъемки.



У фотографии очень пестрый фон.

Темный фон у фотографии.

Неподходящий стиль одежды и пестрый фон.

ФИРМЕННЫЕ ИКОНКИ

Графическую систему дополняют минималистичные контурные иконки. Они используются в печатной продукции и веб-макетах. Например, для оформления презентаций, баннеров, инфографики.

При отрисовки новых иконок придерживайтесь следующих правил:

- 01** Толщина линий иконок должна быть одинаковой.
- 02** Центральный элемент всегда помещается в разомкнутый круг. Допустимые точки разрыва показаны справа.
- 03** Не детализируйте центральный элемент слишком сильно.

Важно:

Толщина линий должна быть всегда одинаковой и масштабироваться пропорционально размеру иконки.



Для определения места разрыва внешнего круга необходимо построить 2 пересекающиеся линии с углами наклона 45°. На одном из пересечений делается разрыв линии.



Толщина линии внешнего круга и центрального элемента разные.



Линия круга не разомкнута ни в одной точке.



Центральный элемент слишком детализирован, а также толщина линий разная.

ФИРМЕННЫЕ ИКОНКИ ДЛЯ ПРОГРАММ

Каждое из направлений ВШМ СПбГУ включает в себя несколько программ. Для обозначения каждой программы используется индивидуальная иконка.

Иконка программы может использоваться для печатных и диджитал-носителей. Например, для внутренних презентаций программ или баннеров на сайте.

Также иконки программ можно использовать совместно с паттерном направления, так они образуют единую систему коммуникации.

- 01** Сохраняйте пропорцию графической части по отношению к текстовой части иконки.
- 02** Не меняйте иконки программ между собой.
- 03** Допускается размещение текстовой части (название программы) справа или слева от иконки.

Важно:

Толщина линий должна быть всегда одинаковой и масштабироваться пропорционально размеру иконки.

Бакалавриат



МЕНЕДЖМЕНТ



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
МЕНЕДЖМЕНТ



ГОСУДАРСТВЕННОЕ
И МУНИЦИПАЛЬНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ

Магистратура



МЕНЕДЖМЕНТ



КОРПОРАТИВНЫЕ
ФИНАНСЫ



УПРАВЛЕНИЕ
УМНЫМ ГОРОДОМ



БИЗНЕС-АНАЛИТИКА
И БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ

Аспирантура



МЕНЕДЖМЕНТ

Корпоративные программы



КАСТОМИЗИРОВАННЫЕ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ



DIGITAL
ESSENTIALS



КОРПОРАТИВНЫЕ
ПРОГРАММЫ MBA



FINANCE
ESSENTIALS



MANAGEMENT
ESSENTIALS

MBA/EMBA



СТРАТЕГИЧЕСКОЕ
УПРАВЛЕНИЕ И ЛИДЕРСТВО
ПАРТНЕРСТВО С ВШБ ALMAU



EXECUTIVE MBA



MBA – ВЫЗОВЫ
ЦИФРОВОГО МИРА



MBA – ЛИДЕРЫ
ИЗМЕНЕНИЙ
ПАРТНЕРСТВО СО SKILLBOX

ФИРМЕННАЯ ПЛАШКА

На некоторых носителях возможно обозначать направления следующим образом.

Плашка состоит из двух блоков. Один отсылает нас к ВШМ СПбГУ, второй — к направлению. Линия, разделяющая блоки, задается одной из граней фирменного элемента паттерна.

При создании блоков фирменной плашки необходимо соблюдать следующие правила.

- 01** Цвет блока 1 всегда фирменного красного цвета. В этом блоке размещается одна из версий логотипа ВШМ СПбГУ.
- 02** Цвет блока 2 окрашивается в цвет направления, к которому относится. В блоке размещается сайт ВШМ СПбГУ.
- 03** Если носитель не относится к конкретному направлению, плашка заливается фирменным красным цветом.

Блок 1



Блок 2

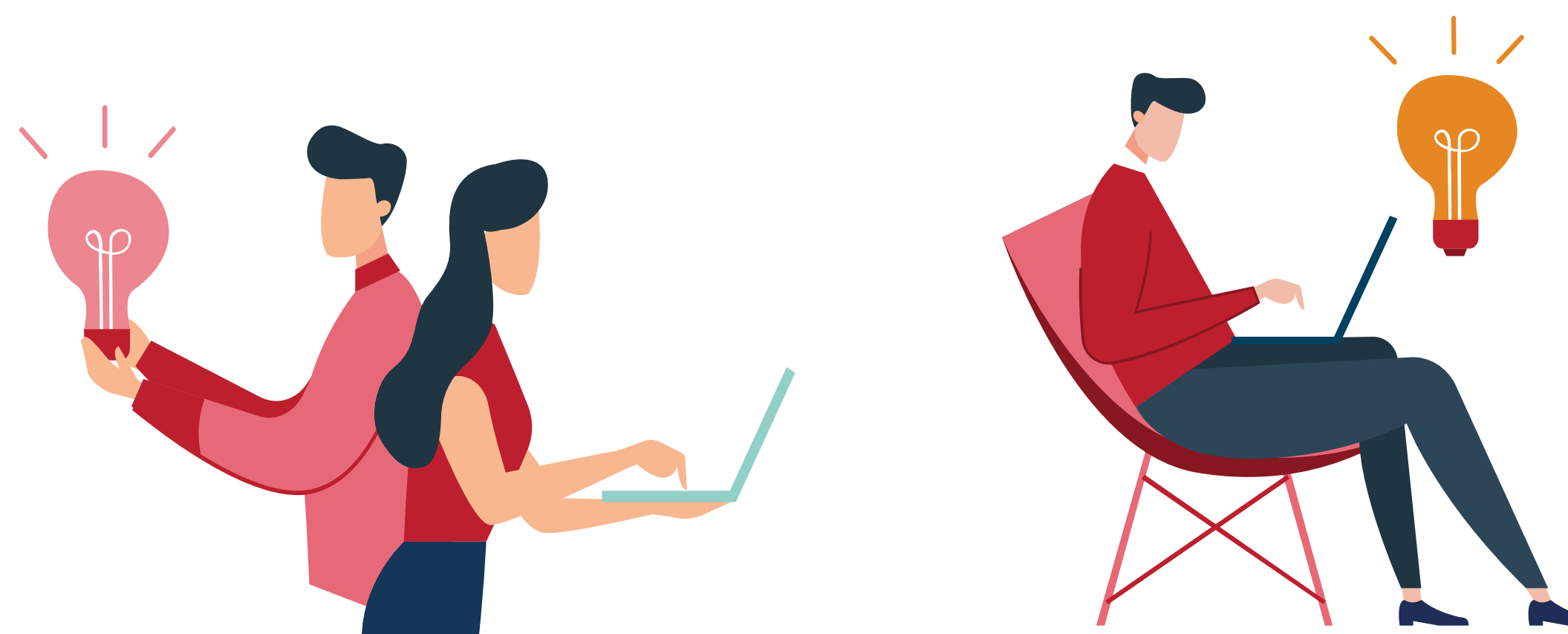
ИЛЛЮСТРАЦИИ

Для дополнительной идентификации бренда в оформлении презентаций используются иллюстрации.

Цветовая гамма состоит из фирменных цветов. Объединяющим звеном выступает фирменный красный цвет, в него окрашивается одежда персонажей или окружение.

Сюжеты иллюстраций могут развиваться и изменяться в зависимости от контекста.

Также существует банк иллюстраций ВШМ СПбГУ.



Важно:

Иллюстрация не должна перекрывать важную информацию. Например, текст или логотип.