



МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Брендбук

Руководство по использованию фирменного стиля

Данное руководство — это инструкция по эксплуатации фирменного стиля. Оно позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело дизайнеры и полиграфисты. Изложенные здесь правила помогут им сделать работу корректно и качественно.

Каждый раздел руководства содержит правила и рекомендации по использованию фирменного стиля. Все работы должны выполняться в строгом соответствии с представленными схемами и рекомендациями.

Если есть необходимость в создании материалов, не описанных на страницах руководства, нужно следовать выработанным общим принципам

Содержание

01. Гайдлайн	04	03. Фирменная палитра	16	06. Полиграфия	46
Гайдлайн	04	Кодировки	17	Фирменный бланк	47
Фирменный блок	05	Насыщенность	18	Визитка	48
02. Логотип	06	04. Типографика	19	Конверт	49
Основная версия	07	Фирменный шрифт	20	Упаковка	50
Фирменный знак	08	Правила использования	21	Пакет	51
Построение	09	05. Фирменная графика	22	Пресс-волл	52
Поведение логотипа	10	Принципы оформления	23	Сувенирная продукция	53
Охранное поле	11	Фавикон	25	07. Визуализация	54
Минимальные размеры	12	Паттерны	26		
WEB-пространство	13				
Использование на фонах	14				
Недопустимое использование	15				

Гайдлайн

Гайдлайн — это руководство по фирменному стилю, в котором описываются все правила использования фирменных элементов. В нём указывается как наносить, масштабировать, применять логотип и элементы айдентики.

Гайдлайн затрагивает только внешние атрибуты бренда.

Раздел 01

Фирменный блок

Фирменный блок является ключевой частью идентичности бренда МФЮА. Описание правил использования фирменного блока воспроизведено на следующих страницах.

Фирменный блок состоит из 4 элементов логотип, фирменная палитра, типографика, декоративные элементы.

Все эти элементы помогают идентифицировать бренд и вызывать ассоциации с ним.

В коммуникации бренда может использоваться основная версия логотипа, альтернативные версии логотипа и фирменный знак.



**МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Логотип

Логотип — это первое знакомство клиента с компанией, фирменный знак, цель которого — донести до целевой аудитории основную идею и ценности.



МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Раздел 02

Основная версия

Основная горизонтальная версия логотипа. Расположение и пропорции логотипа фиксированы. Изменения размера шрифта, трекинга, кёрнинга, цвета, формы, наклона, интерлиньяжа категорически неприемлемы.



МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Фирменный знак

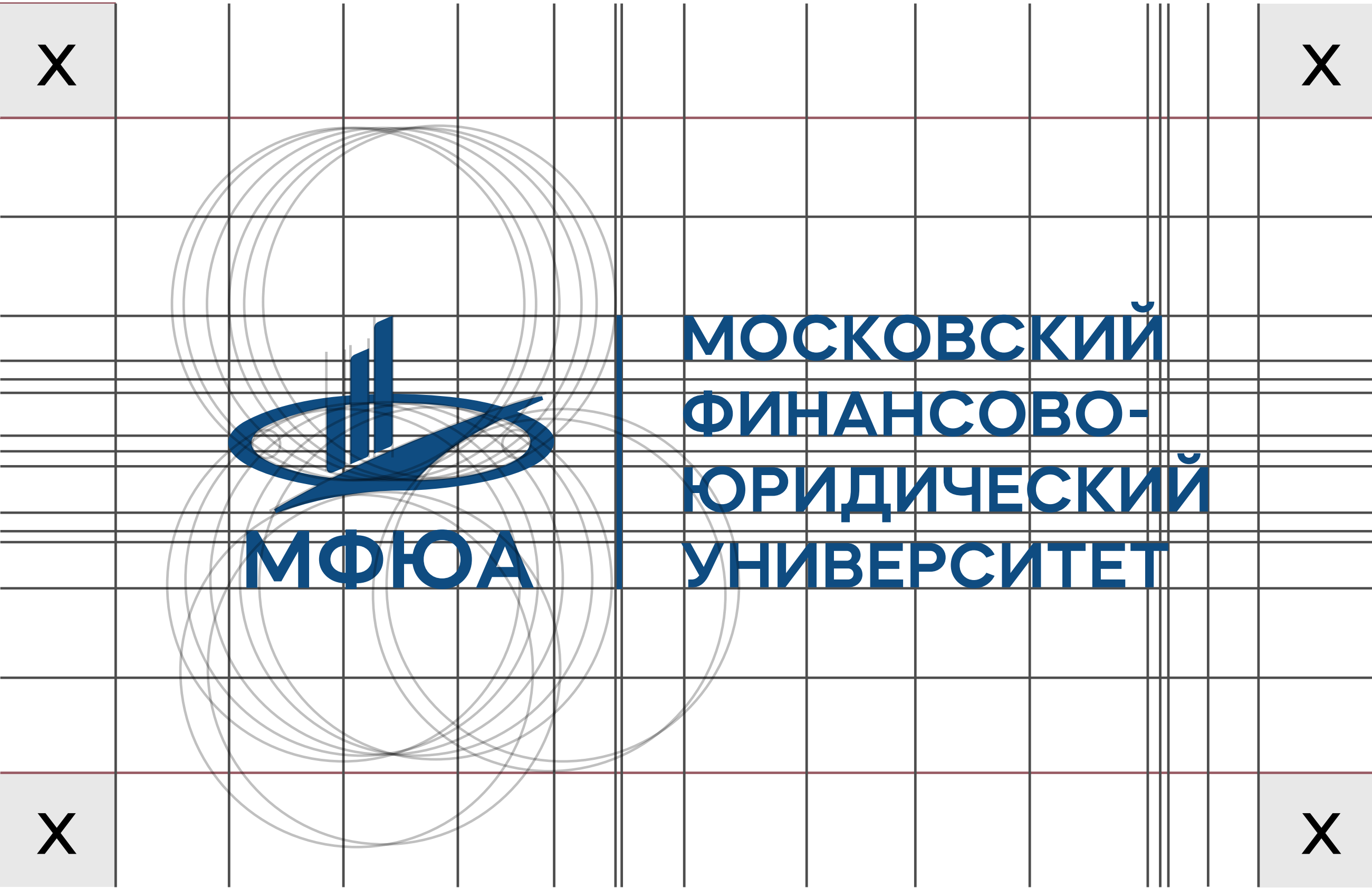
Фирменный знак логотипа. Допускается его использование без шрифтовой части логотипа на маленьких носителях или в случаях, где необходима краткая версия логотипа.



Построение

За основу взят модуль X – расстояние между частями логотипа.

Категорически недопустимо менять пропорции.



Поведение логотипа

01. Основное начертание

Дополнительные начертания:

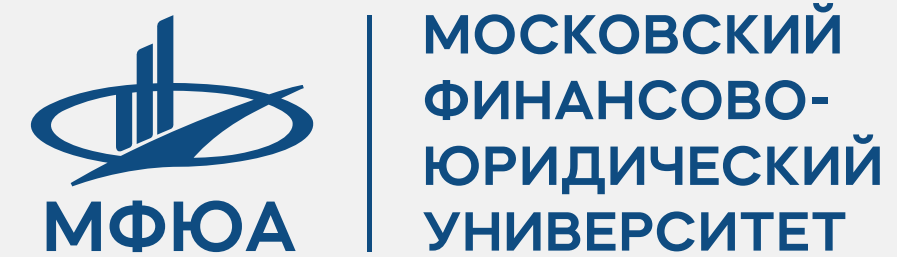
02. Вертикальная версия

03. Краткая версия

04. Краткая версия

Для того чтобы брендировать даже самые сложные носители, разработаны вариации логотипа — это дополнительные версии основного лого для макетов, где основная версия неуместна.

01



02



03



04



Охранное поле

Охранное поле логотипа – это невидимая зона вокруг логотипа, которая всегда должна оставаться свободной от любых графических элементов.

Охранное поле масштабируется соответственно изменению размера логотипа и имеет большое значение, так как именно оно позволяет рассчитать ширину и высоту полей для любых макетов.

В данном документе ширина охранного поля (стандартного поля макета) обозначается как М.



Минимальные размеры

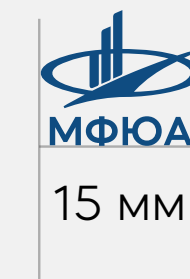
Минимальные размеры необходимы для того, чтобы логотип оставался читабельным на разных носителях и в разных начертаниях.

Минимальный размер основной версии логотипа: 30 мм.

Минимальный размер вертикальной версии логотипа: 15 мм.

Минимальный размер краткой версии логотипа: 20 мм

Для нанесения логотипа меньше 12 мм используется только знак.



WEB-пространство

Правильное использование логотипа в WEB-пространстве обеспечивает верное восприятие и узнаваемость бренда.

Необходимо следовать данным правилам использования для того, чтобы повысить эффективность коммуникации с аудиторией.

Следует также учитывать охранное поле для размещения на аватарках социальных сетей.

Допустимое использование:

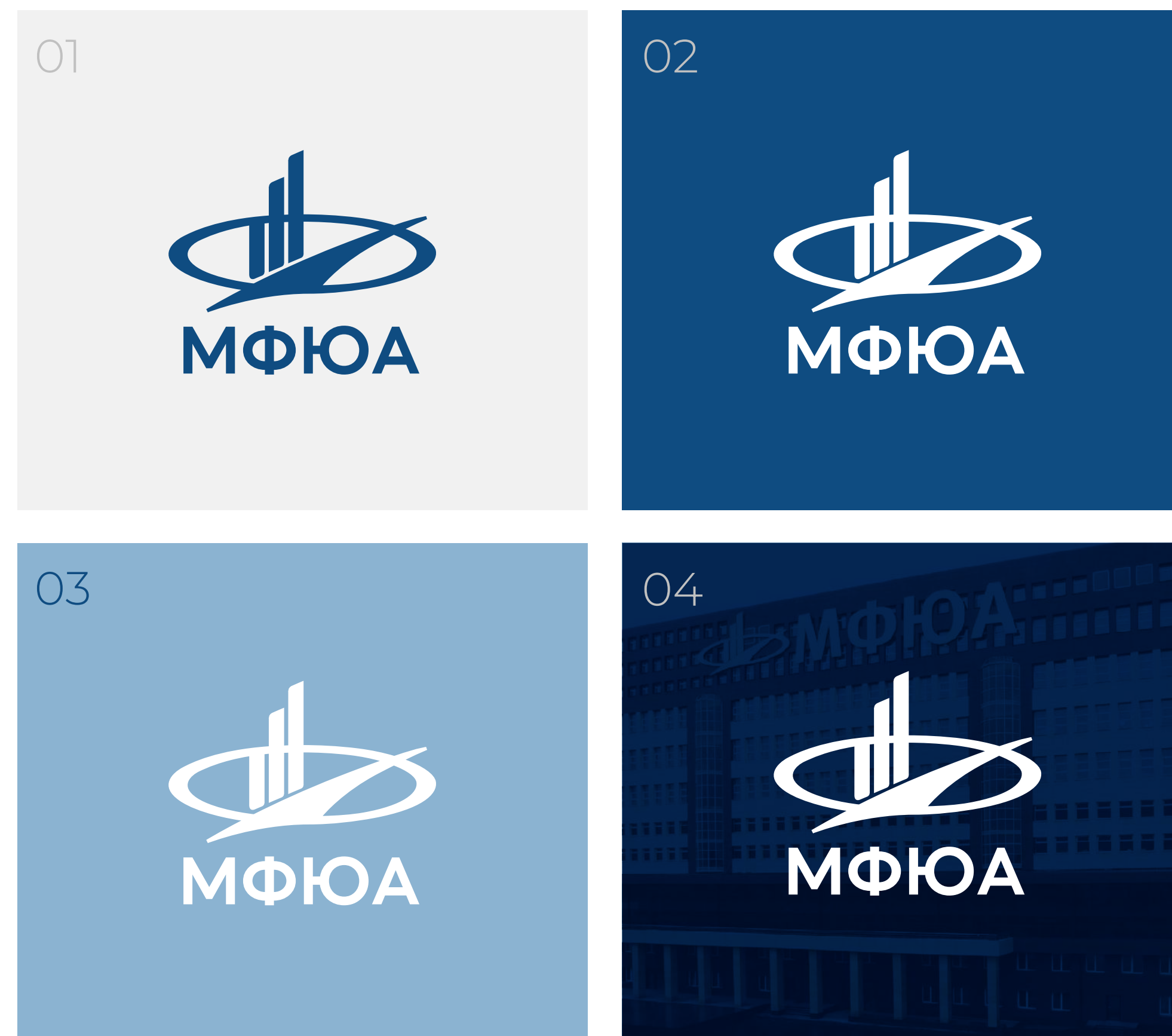
1. Вертикальная версия.
2. Краткая версия без знака.
3. Знак.



Использование логотипа на фонах

- 01. Логотип на светлом фоне
- 02. Логотип на тёмном фоне
- 03. Логотип в средних тонах
- 04. Логотип на фотографии

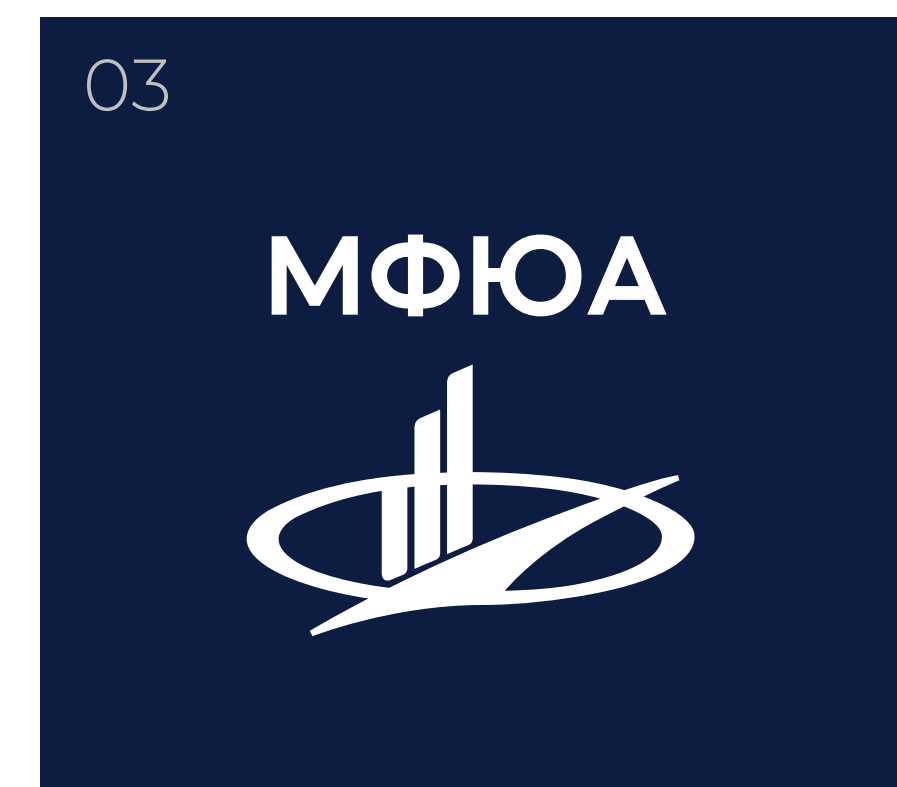
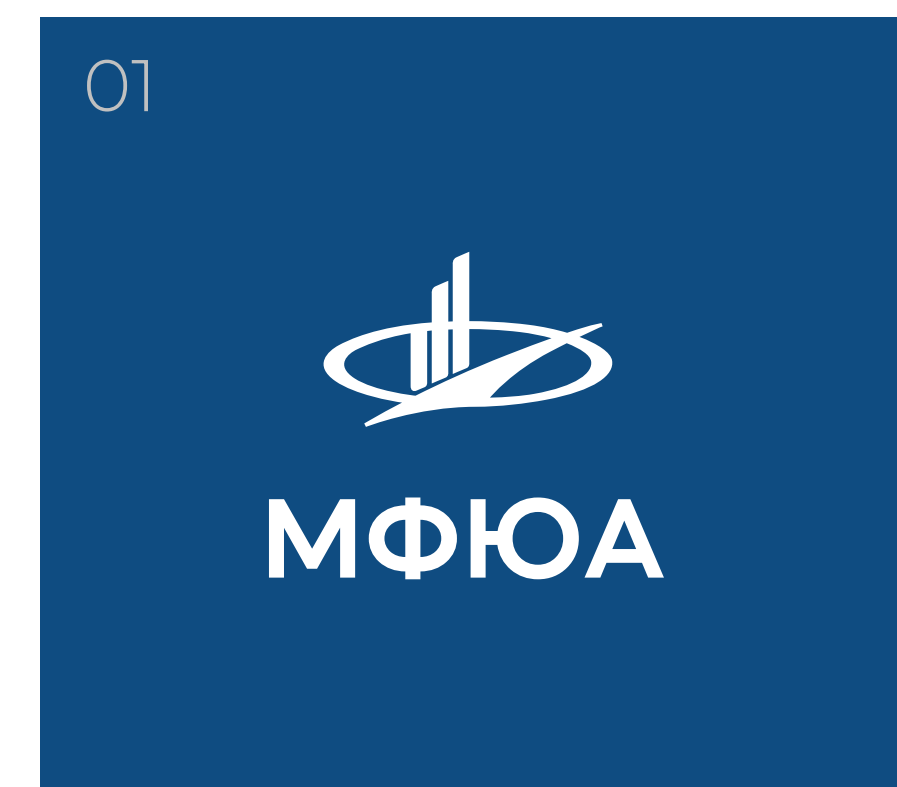
В использовании логотипа важно соблюдать контрастность и читабельность, поэтому необходимо использовать светлые версии на более тёмных фонах и тёмные на светлых.



Недопустимое использование логотипа

Любые изменения формы, цвета, пропорций и других элементов логотипа строго запрещены. При использовании логотипа руководствуйтесь только правилами, описанными в руководстве.

- 01. Не допускается любое изменение пропорций логотипа.
- 02. Не допускается использовать иные цвета в логотипе кроме приведённых в данном руководстве.
- 03. Не допускается изменение порядка элементов в логотипе.
- 04. Не допускается использование логотипа не на контрастных фирменных фонах



Фирменная палитра

Фирменный цвет способствует созданию образа бренда, оказывает эмоциональное воздействие на восприятие компании.

Фирменная цветовая палитра — фиксированный набор цветов, который используется на всех элементах фирменного стиля.

Раздел 03

Кодировки

Примеры цветов на этой странице могут быть использованы как эталон для сравнения. Если возникают трудности с подборкой точного цвета, постарайтесь подобрать цвет, максимально близкий к оригиналу.

Логотип бренда должен воспроизводиться в фирменных цветах везде, где это возможно.

Цветовые сочетания



01 Основной цвет

CMYK: 100 76 25 0
RGB: 15 76 129
WEB: #0F4C81
PANTONE: Classic Blue

02 Дополнительный цвет

CMYK: 17 5 4 0
RGB: 209 228 242
WEB: #D1E4F2
PANTONE: 109-9

03 Дополнительный цвет

CMYK: 5 3 2 0
RGB: 242 242 242
WEB: #F2F2F2
PANTONE: 106-1

04 Основной цвет

CMYK: 0 0 0 0
RGB: 255 255 255
WEB: #FFFFFF
PANTONE: 179-1

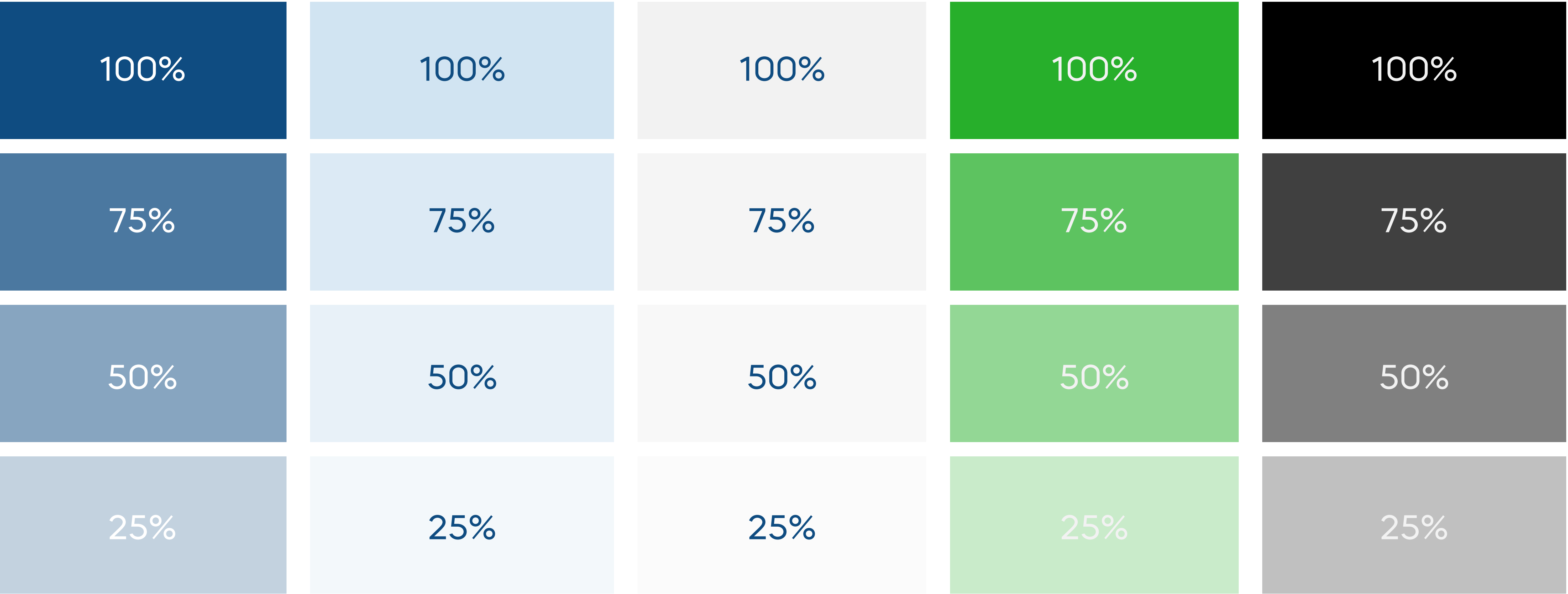
05 Дополнительный цвет

CMYK: 76 0 100 0
RGB: 39 175 43
WEB: #27AF2B
PANTONE: 361 C

06 Основной цвет

CMYK: 0 0 0 100
RGB: 0 0 0
WEB: #000000
PANTONE: 179-16

Насыщенность



Типографика

Правильное использование принципов типографики обеспечивает верное восприятие и узнаваемость бренда.

В фирменном стиле используется 1 шрифт — Mazzard в начертаниях SemiBold, Medium, Regular и Light.

Раздел 04

Фирменный шрифт

В шрифтовой части логотипа
используется шрифт Mazzard H SemiBold.

МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Аа Бб Вв

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! @ # \$ % ^ & * () , « »

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! @ # \$ % ^ & * () , « »

Правила использования

Для заголовков первого уровня используется шрифт Mazzard H Bold. Для заголовков второго уровня используется шрифт Mazzard H SemiBold. Для основной массы текста используются шрифт Mazzard H в начертании Regular. Шрифт Mazzard H Italic используется для подписей и выделения информации в тексте.

Mazzard H Light рекомендуется использовать в редких случаях и для незначительной информации.

МФЮА

Об университете

Московский финансово-юридический университет — это научно-образовательный комплекс по подготовке специалистов для современного рынка труда.

Мы реализуем систему интегрированного образования от школьной скамьи до ученой степени, подкрепляя её качественной научно-практической базой и мощным имущественным комплексом.

Московский Финансово-Юридический Университет

12.12.2024

Mazzard H Bold

Mazzard H SemiBold

Mazzard H Regular

Mazzard H Italic

Mazzard H Light

Фирменная графика

Фирменная графика служит одним из основных элементов в коммуникации бренда, наряду с цветовой гаммой, типографикой и логотипом.

Создание запоминающейся графики фирменного стиля бренда должно иметь только лучший результат, так как каждая его составляющая оказывает непосредственное влияние на восприятие и первое впечатление независимо от вида носителя.

Собранные все вместе элементы фирменного стиля позволяют удивительно точно отразить всю многогранную суть бренда в самых различных ее аспектах, рассказать аудитории максимум о бренде, его ценностях, подходу и отношением с аудиторией.

Раздел 05

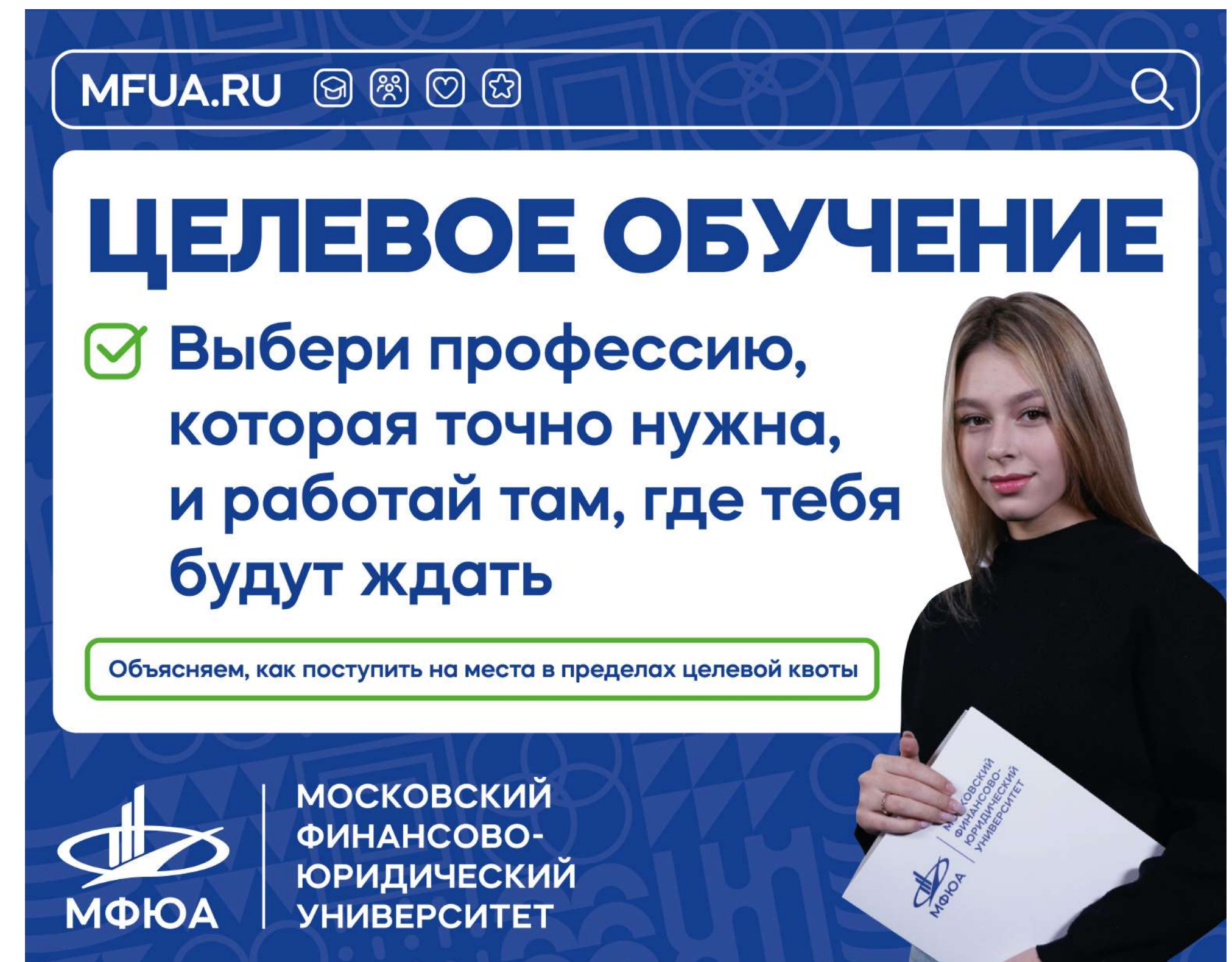
Принципы оформления

Рекомендуется разрабатывать дизайн для макетов с использованием фоновых изображений в цветовой гамме бренда, которые отражают бренд и его ценности.

Транслировать качество и высокий уровень обучения следует через:

- цветовую гамму согласно данному брендбуку;
- корректную смысловую нагрузку, из которой вытекает визуальная составляющая;
- минималистичное оформление, лаконичное решение.

Пример оформления:



Принципы оформления

Содержание текста не должно превышать 20% от общей площади макета (необходимо донести основную мысль емко и интересно, не перегружая аудиторию большим количеством информации). Обязательно использование фирменных шрифтов и цветов, определенных в рамках данной концепции.

Визуальной доминантой могут служить: плашки фирменных цветов, фирменные элементы, фото, а также привлекающий внимание заголовок.

Пример оформления:

МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

МФЮА

ТРЕКЕР
ПРИВЫЧЕК

МЕСЯЦ:

ПРИВЫЧКА

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

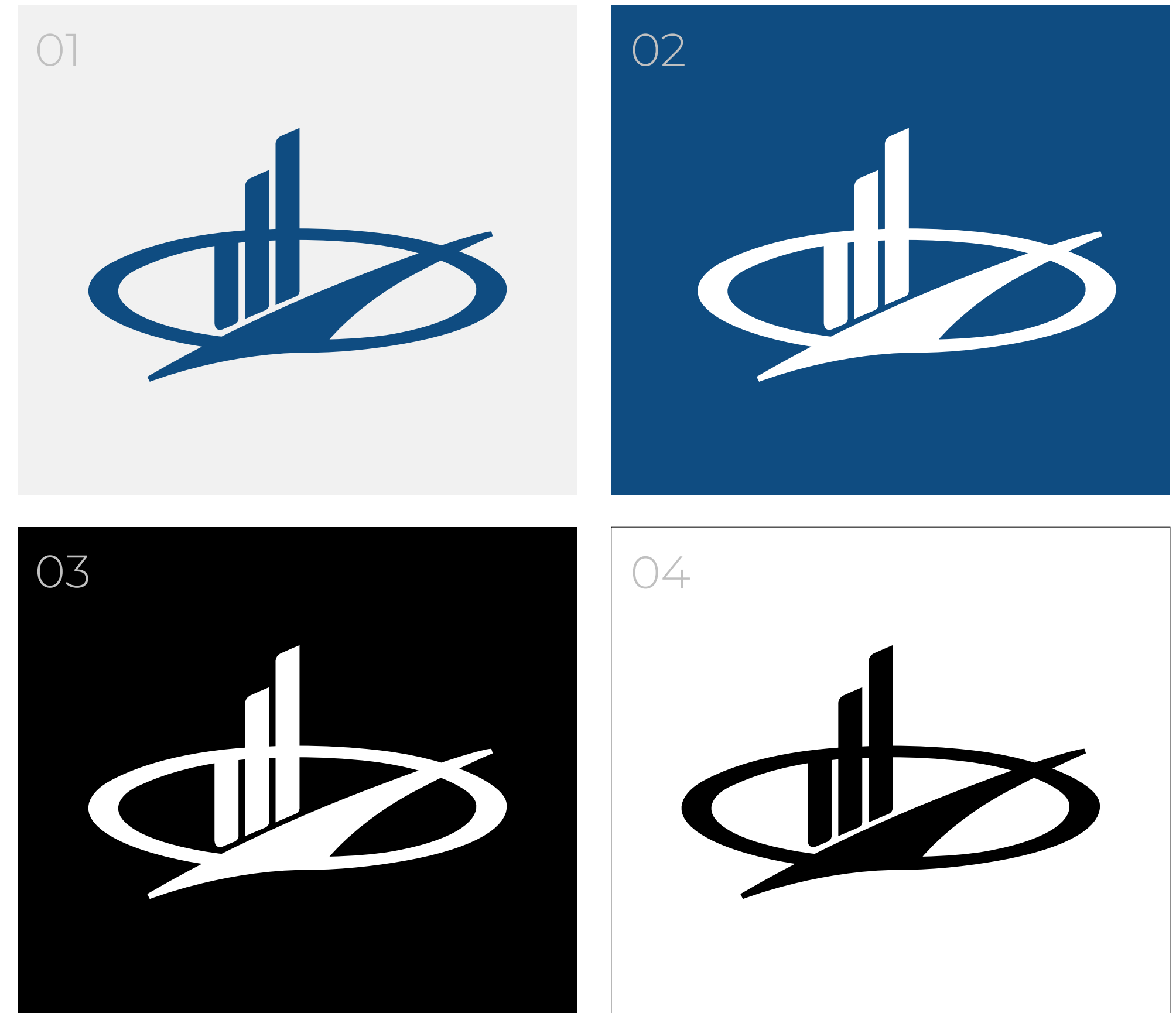
8.

9.

ЗАМЕТКИ

Фавикон

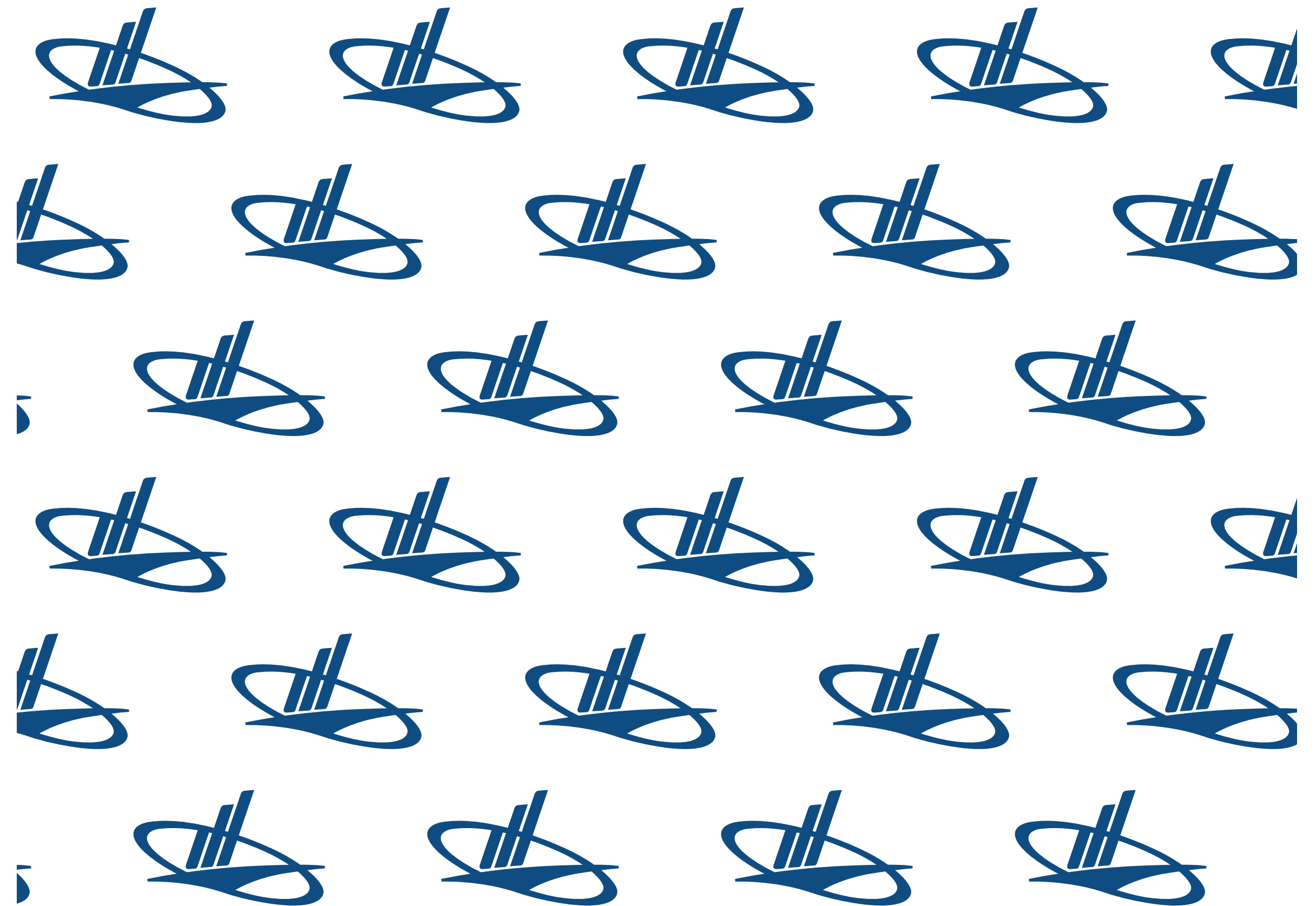
Знак для использования на сайте, расположенный перед названием страницы во вкладке браузера. Сейчас фавикон присутствует не только на вкладках, но и на панели закладок, в истории и закладках браузера, в десктопной и мобильной выдаче поисковых систем.



Паттерны

Уникальный узор бенда с фирменным знаком. Может использоваться в дизайне упаковки, при создании эксклюзивной сувенирной продукции, полиграфии, а также в web-пространстве.

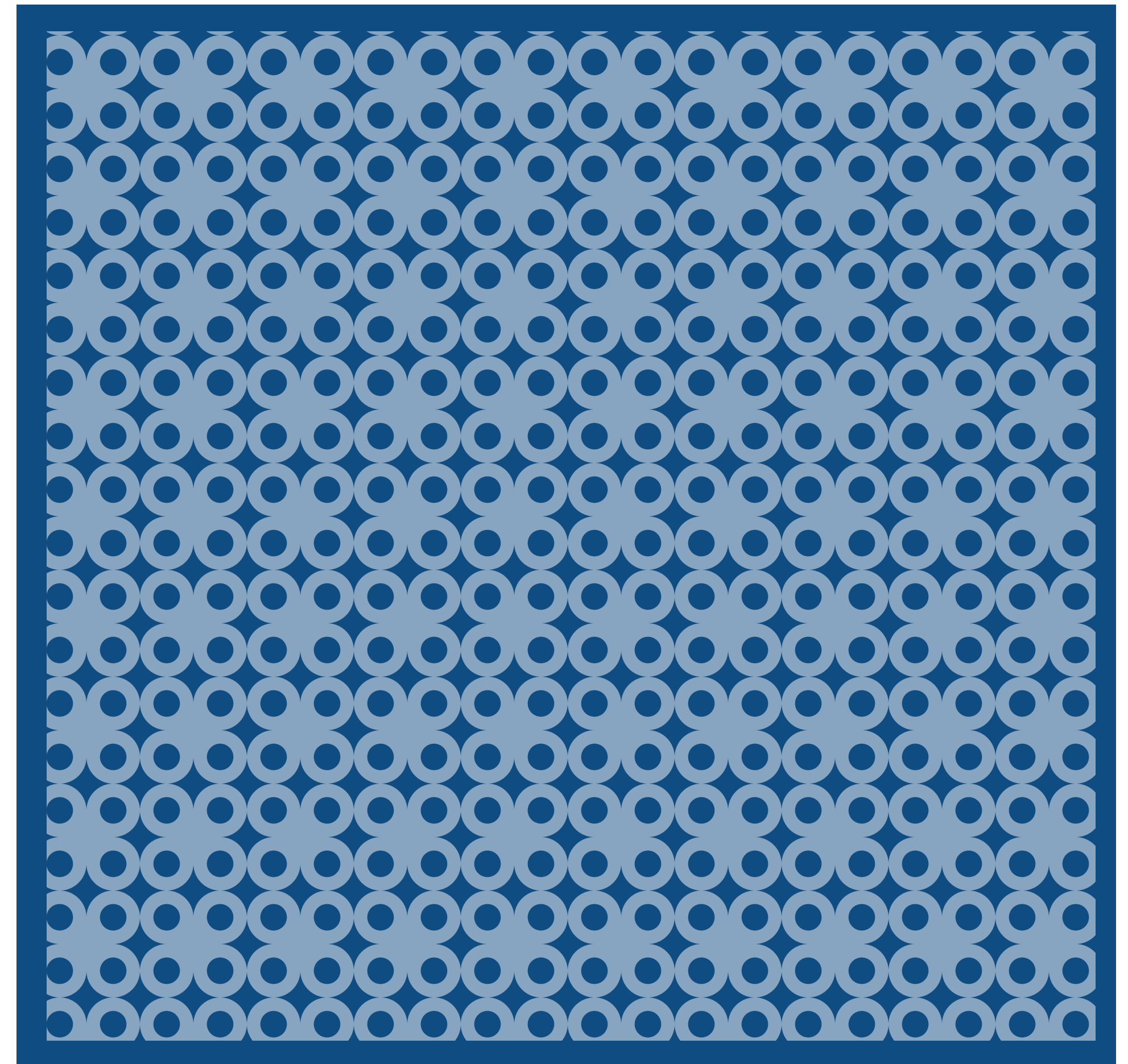
А также в разделе представлены паттерны по кафедрам обучения в университете МФЮА.



Паттерны

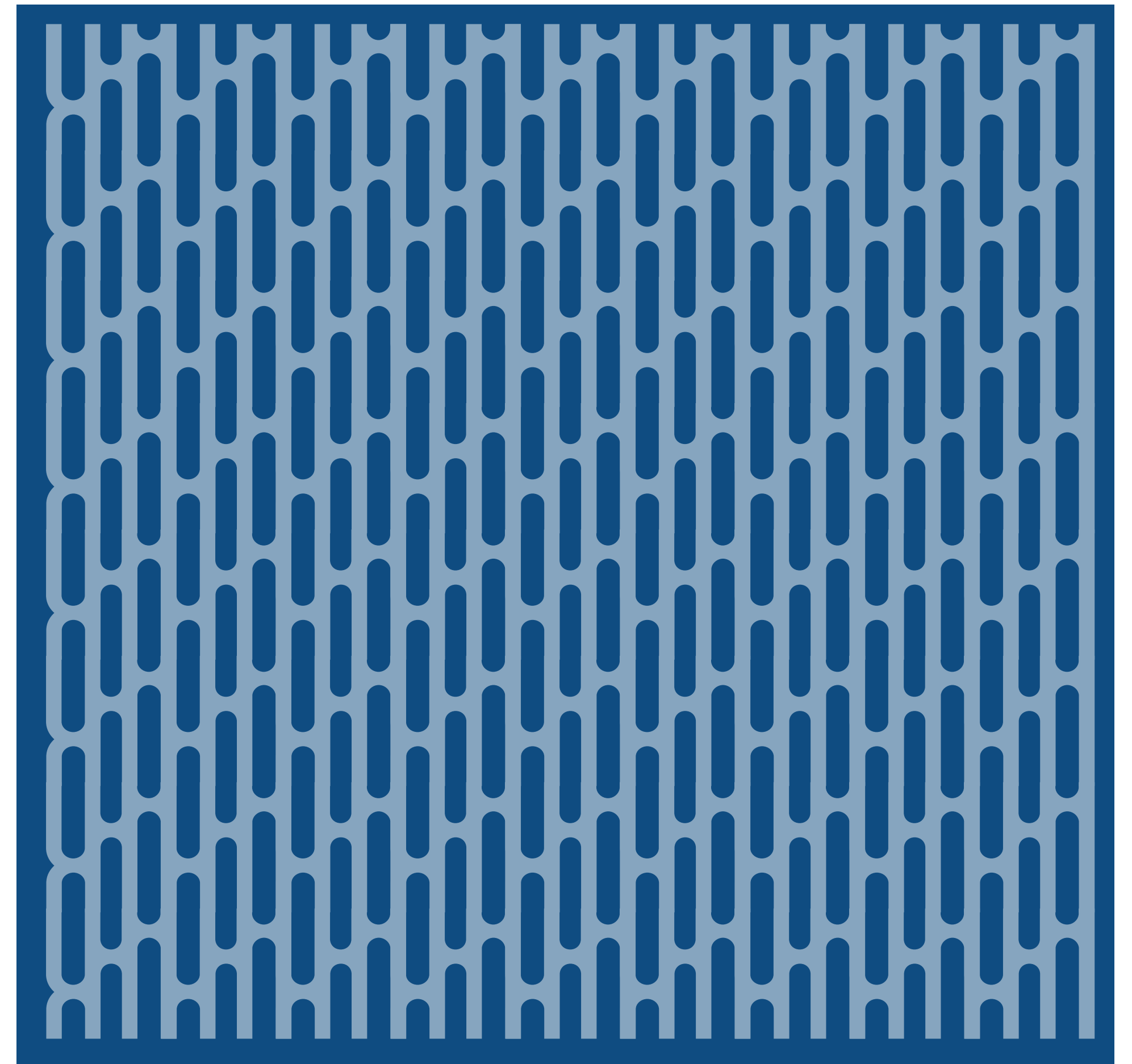
Паттерн состоит из повторяющихся геометрических элементов. Каждый элемент соотносится с одной из кафедр обучения. Список элементов можно дополнять, если добавляются новые кафедры. Важно сохранять модульность элементов и ровную насыщенность паттерна.

01. Кафедра «Социально-гуманитарные и общеправовые дисциплины»



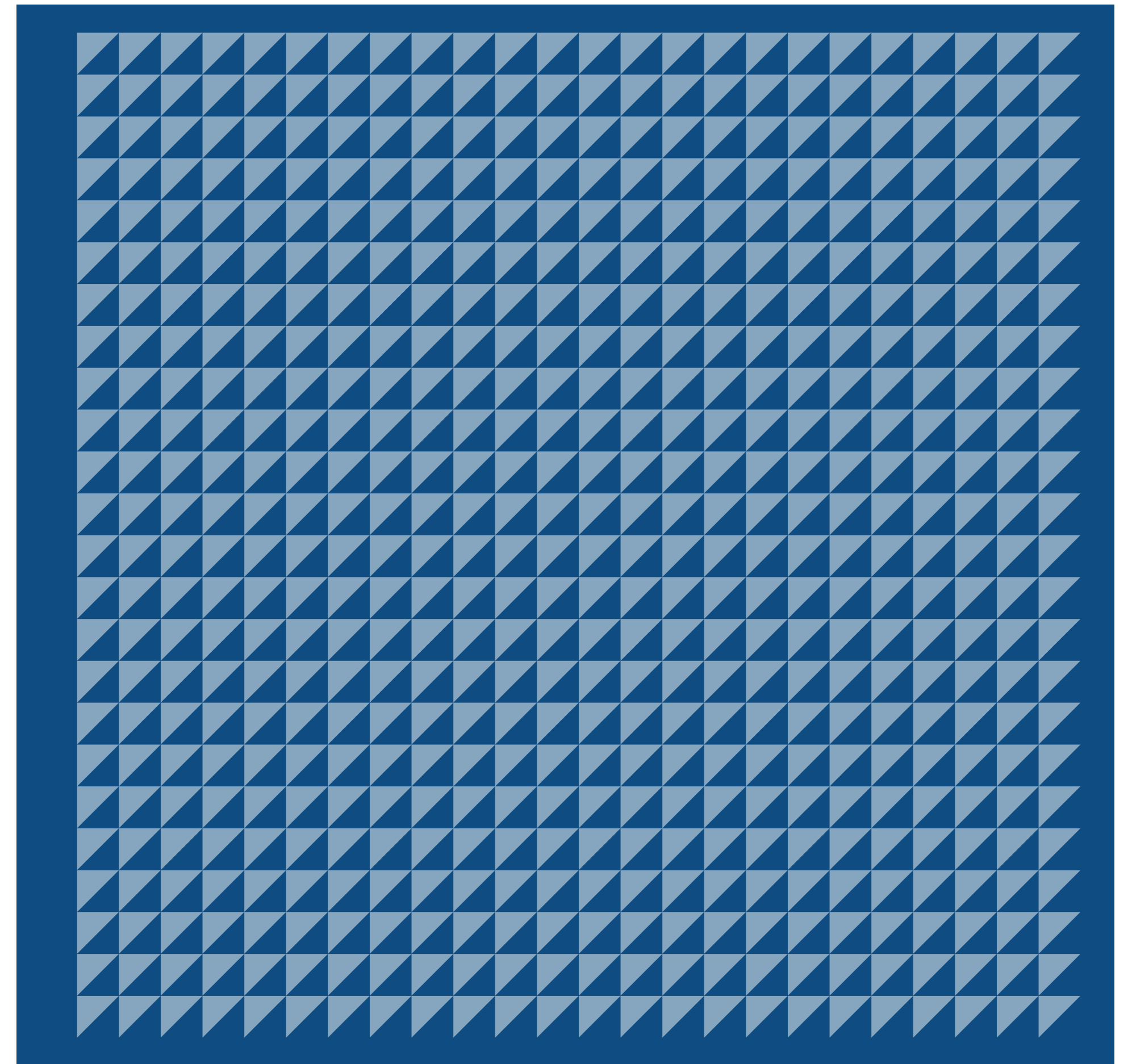
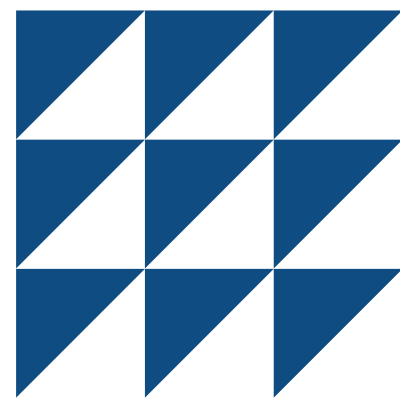
Паттерны

02. Кафедра «Государственно-правовые
и финансово-правовые дисциплины»



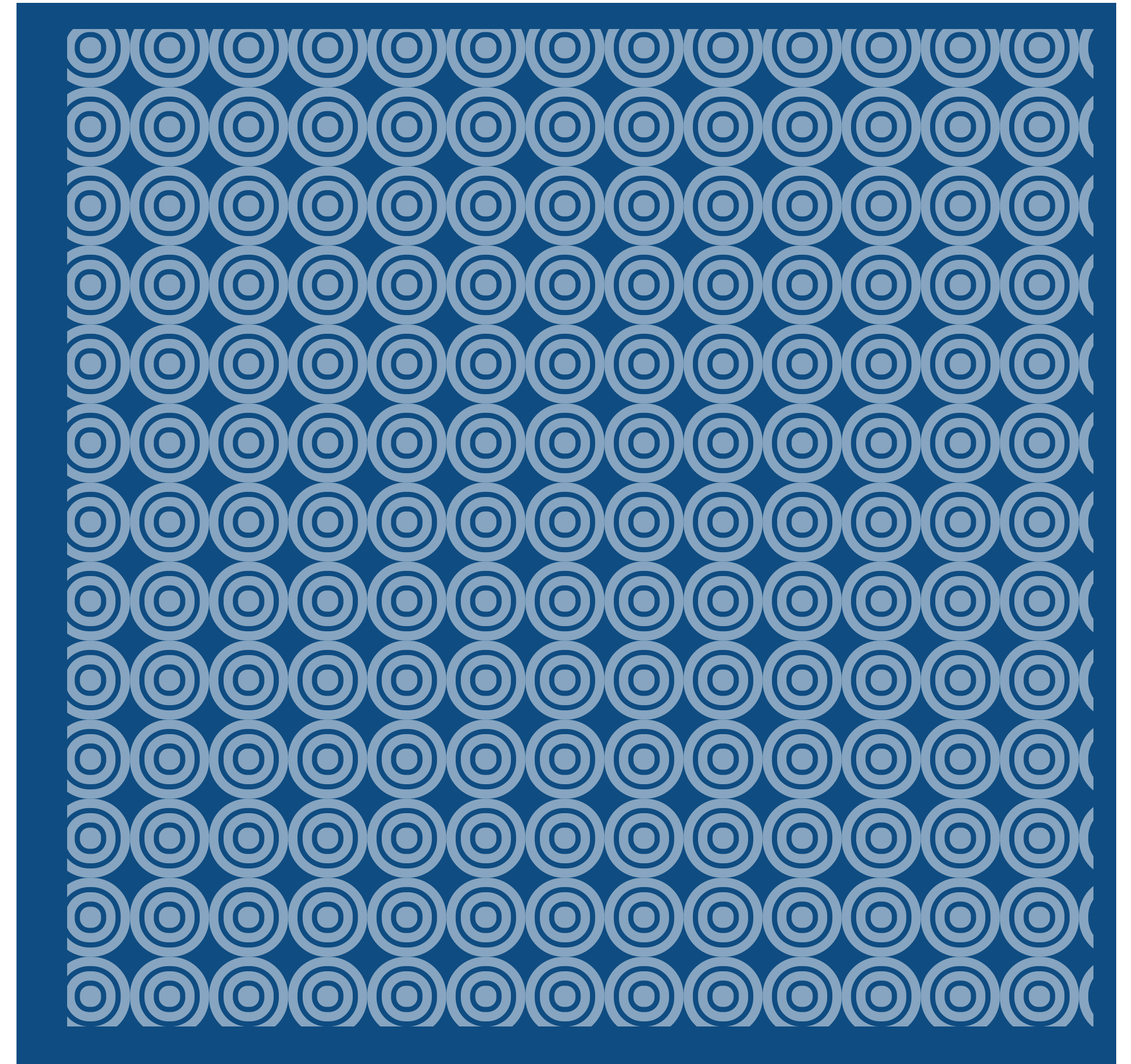
Паттерны

03. Кафедра «Гражданско-правовые дисциплины»



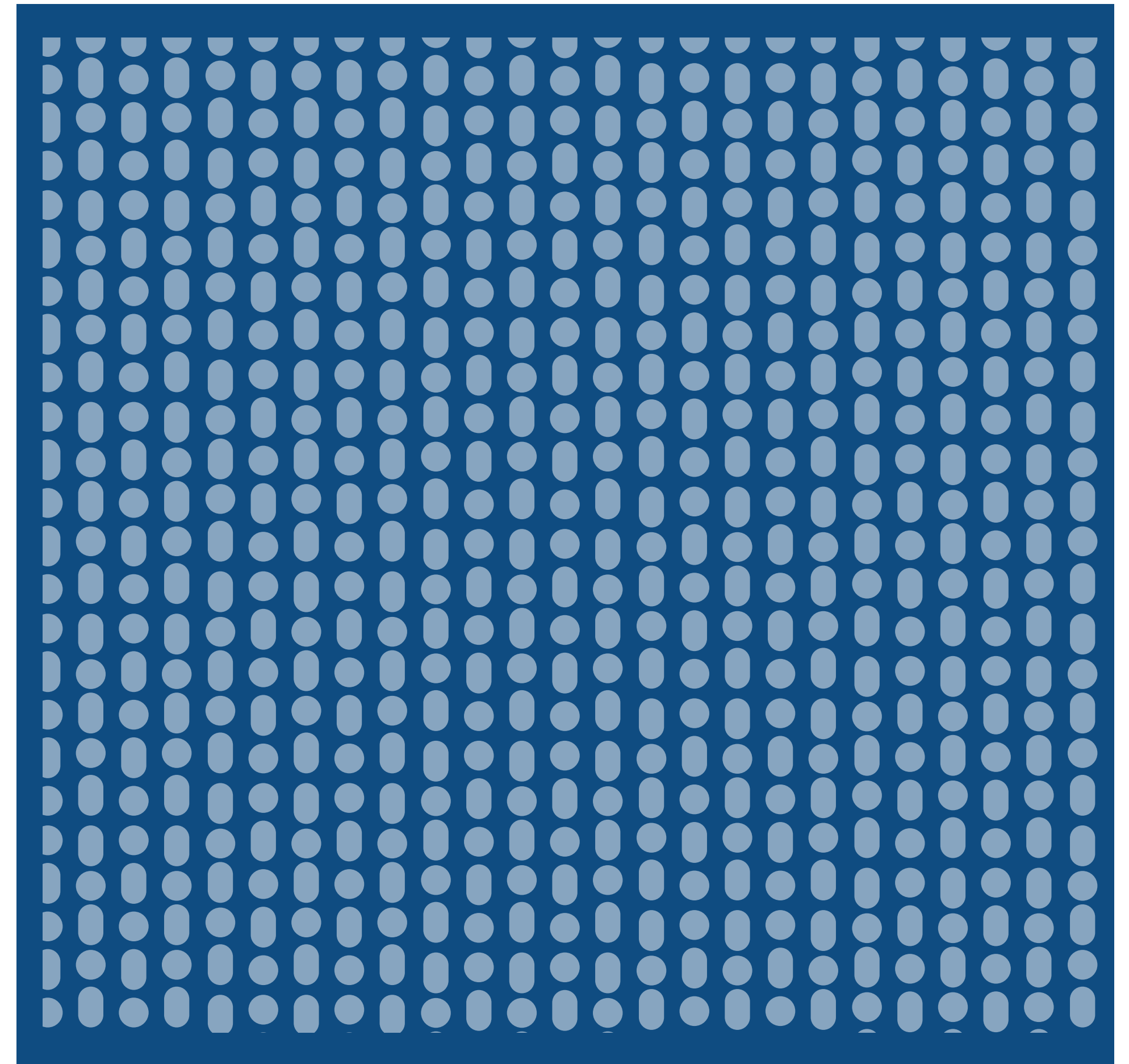
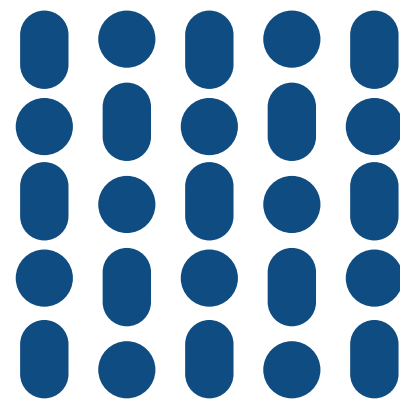
Паттерны

04. Кафедра «Журналистика, реклама и PR»



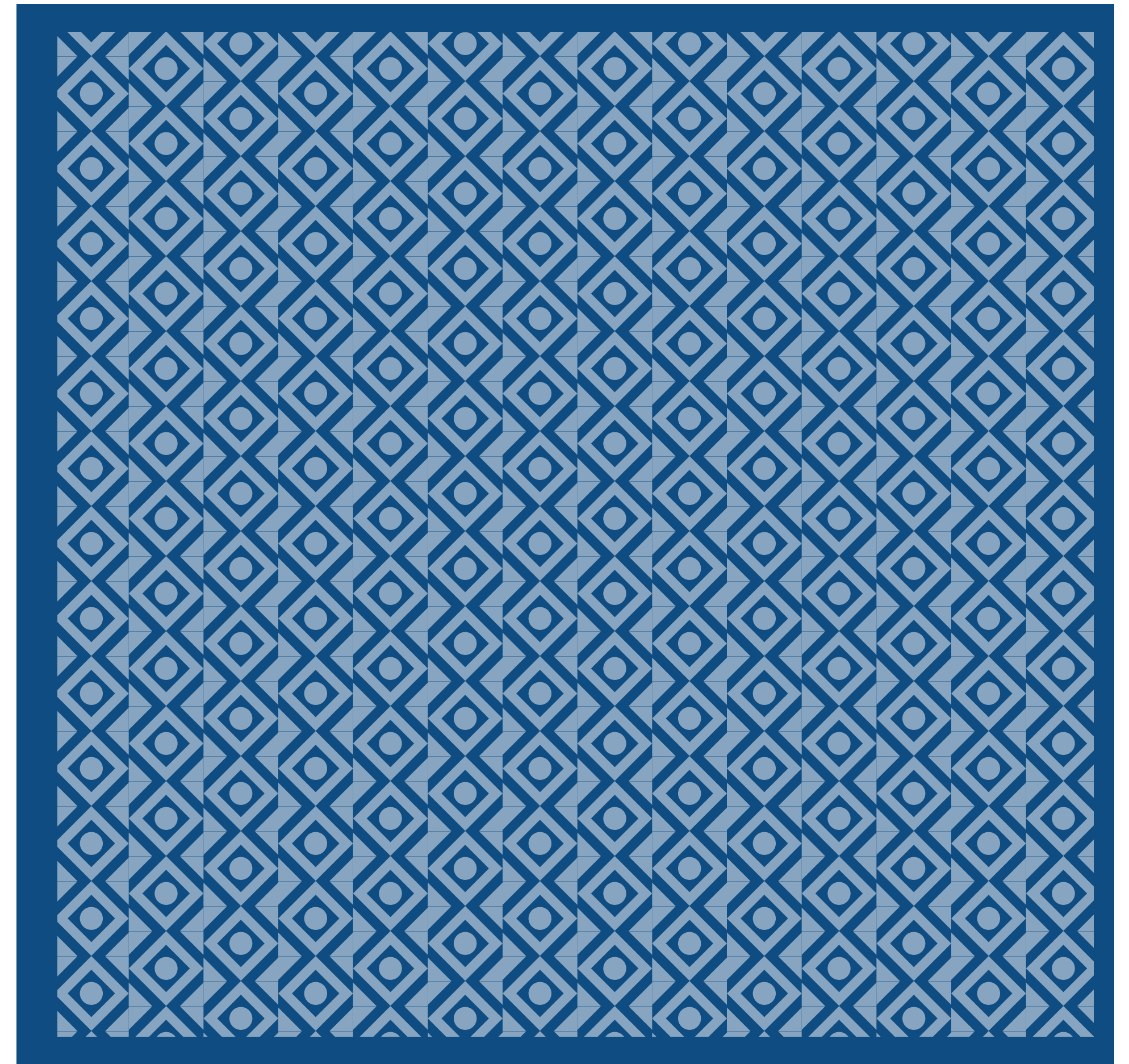
Паттерны

05. Кафедра «Информационные системы
и технологии»



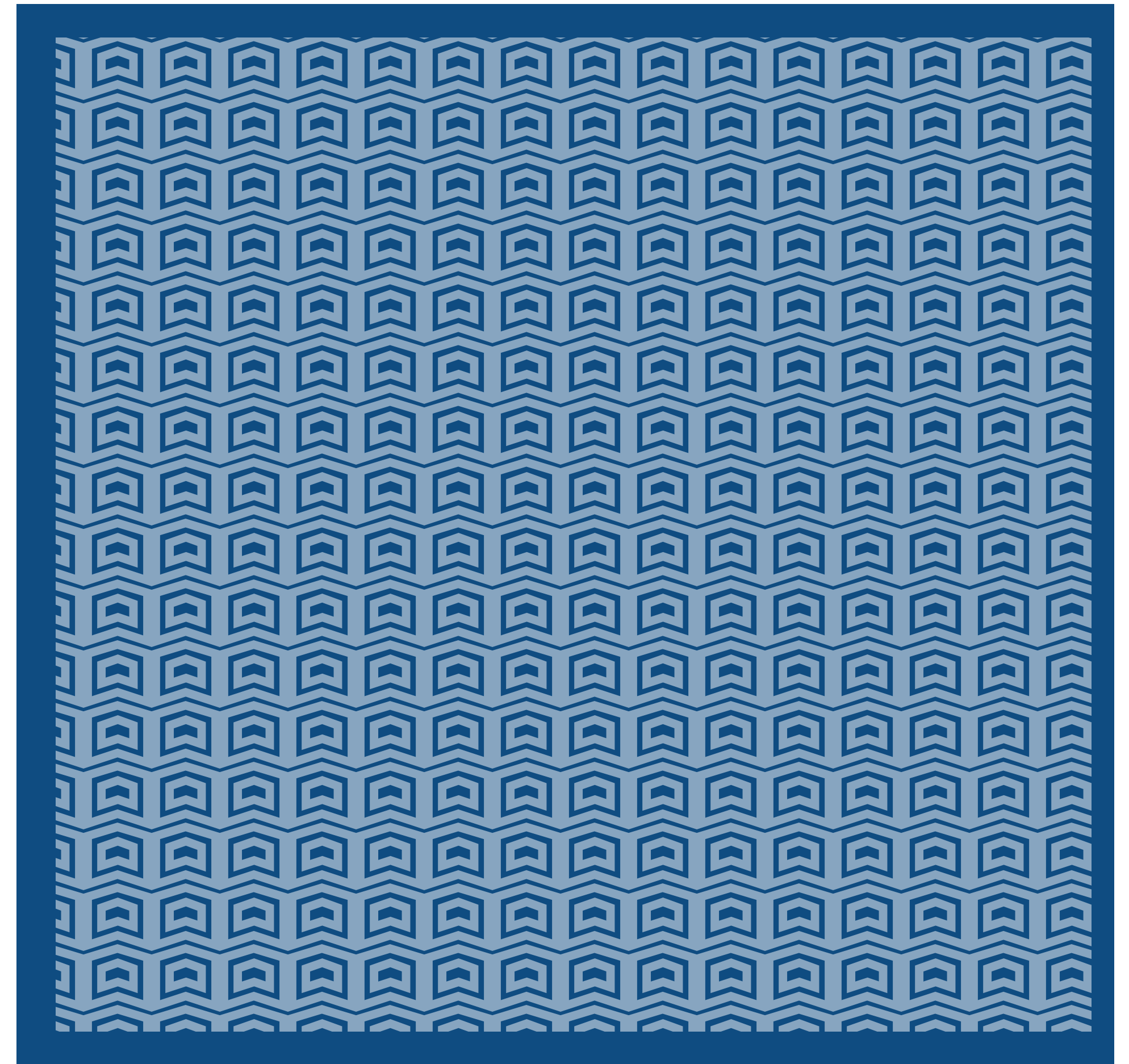
Паттерны

06. Кафедра «Общематематические
и естественнонаучные дисциплины»



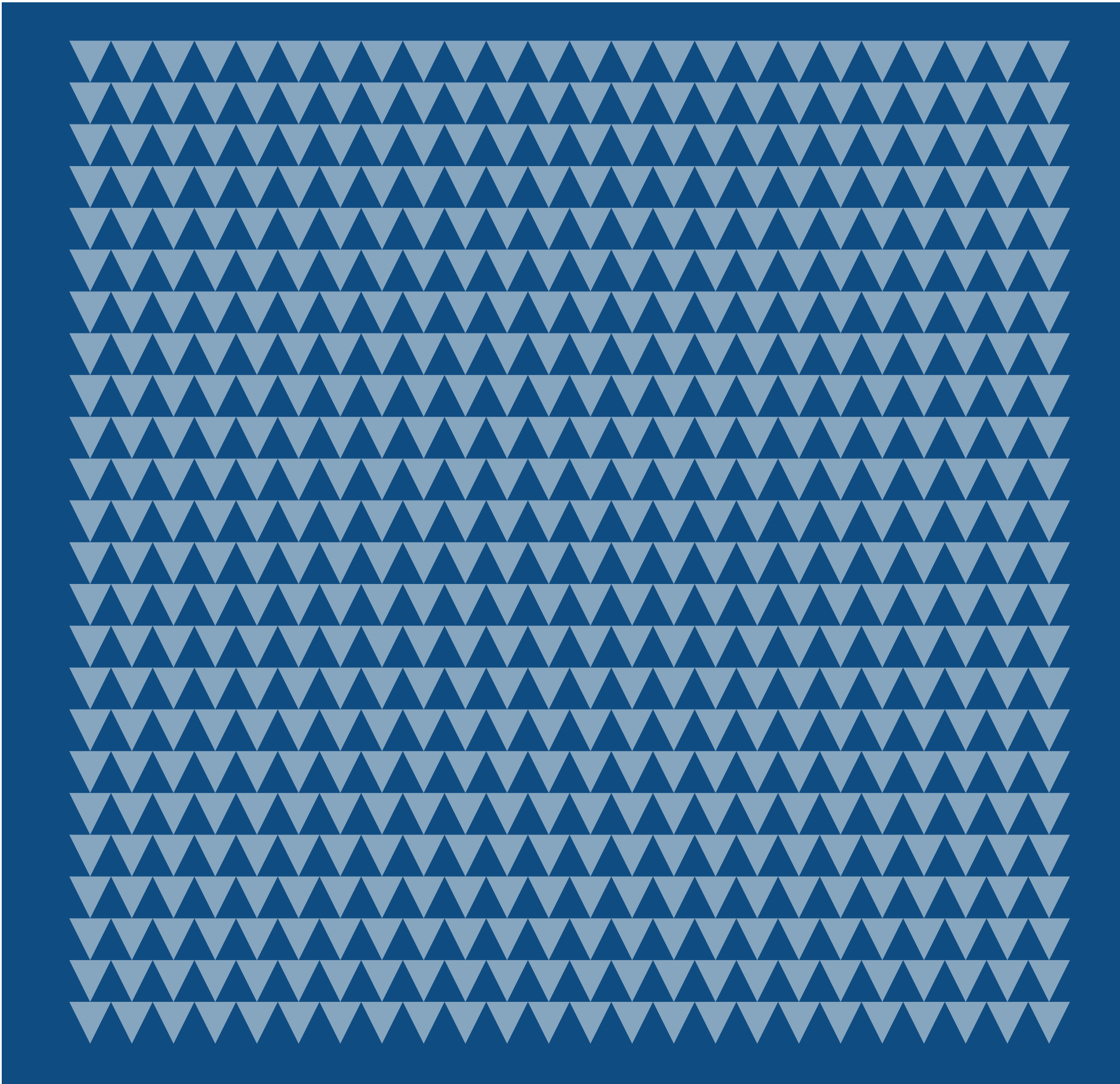
Паттерны

07. Кафедра «Таможенное дело и право»



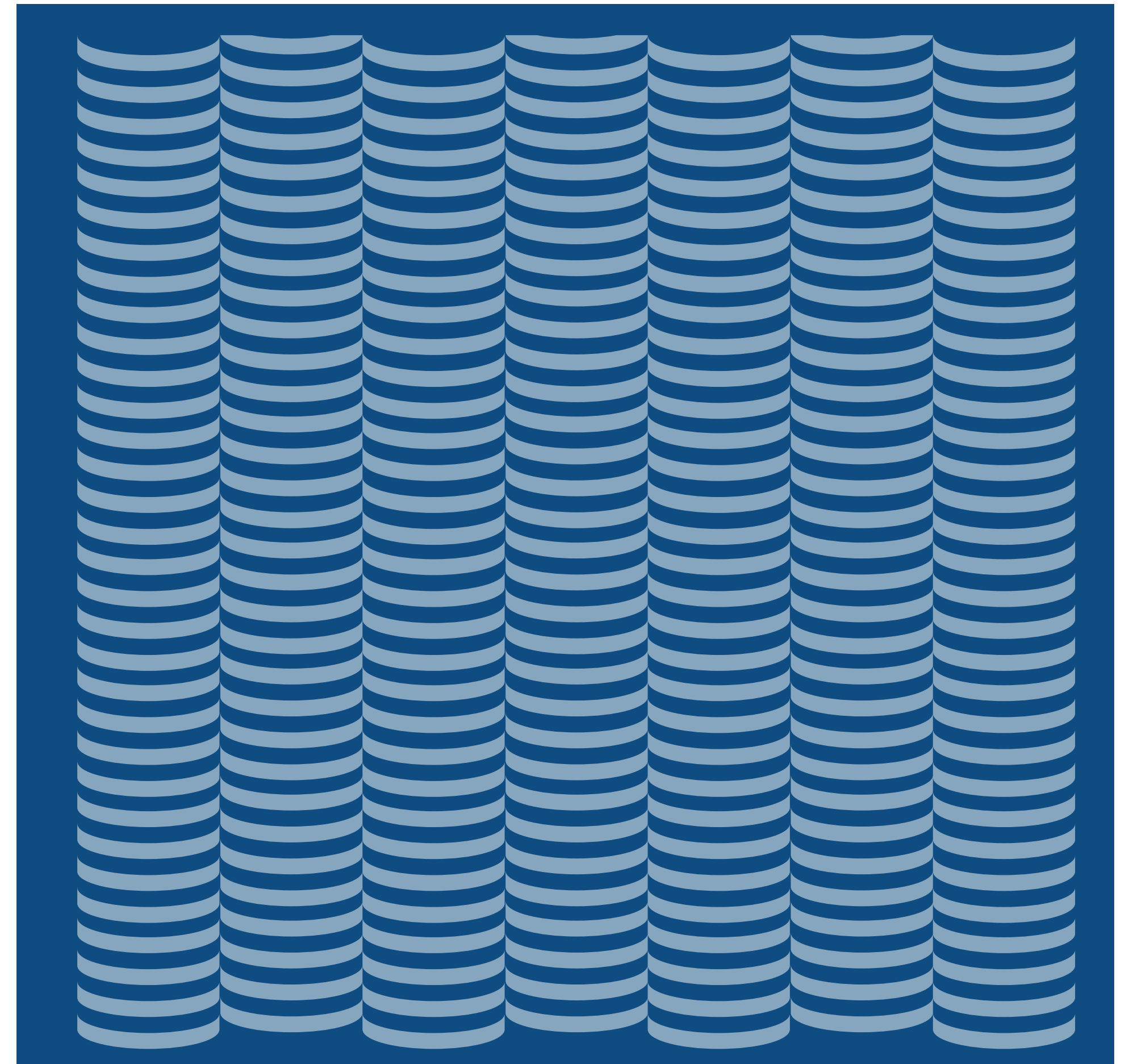
Паттерны

08. Кафедра «Уголовно-правовые дисциплины»



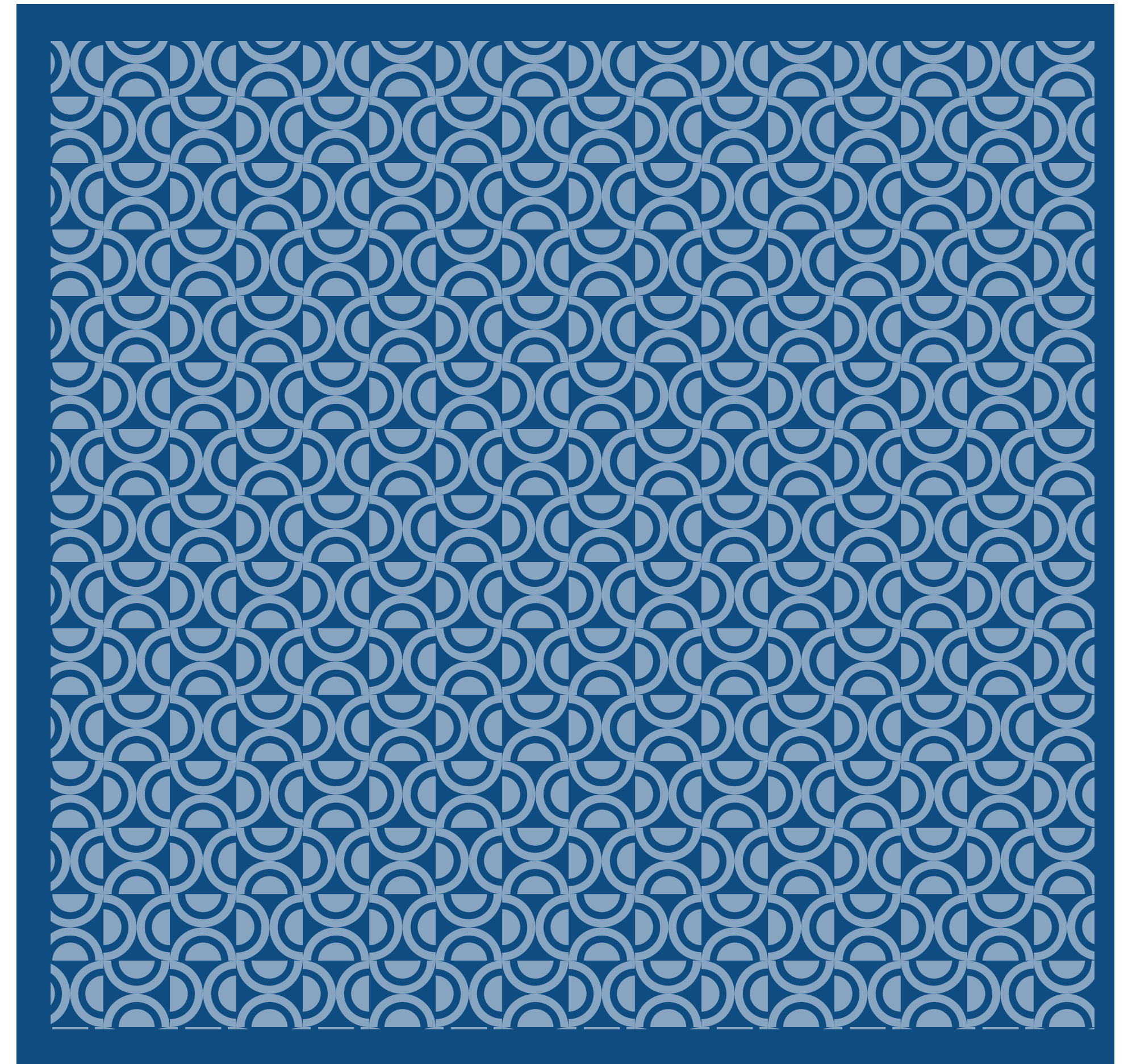
Паттерны

09. Кафедра «Финансы, налогообложение
и финансовый учет»



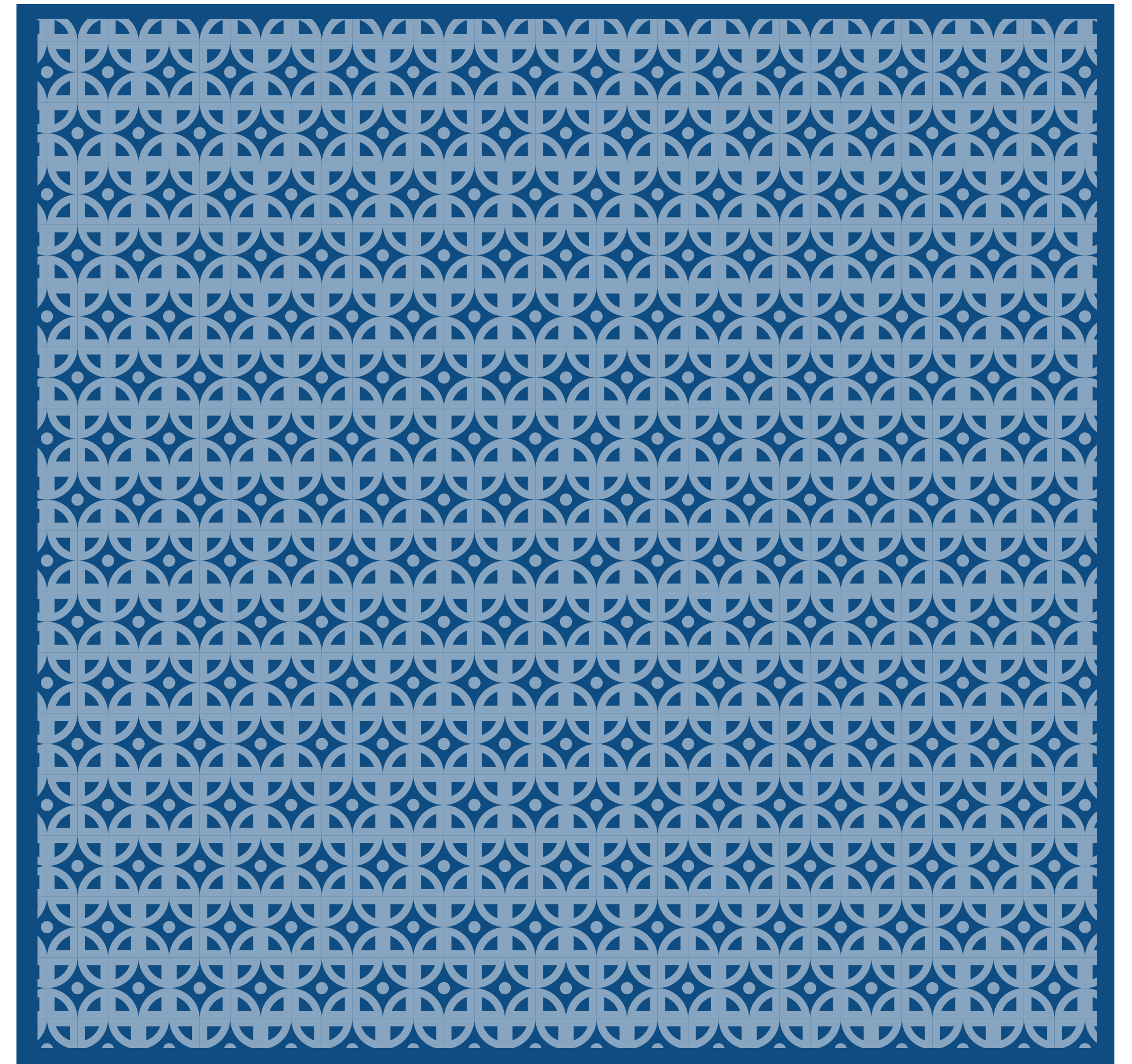
Паттерны

10. Кафедра «Экономики и государственного
и муниципального управления»



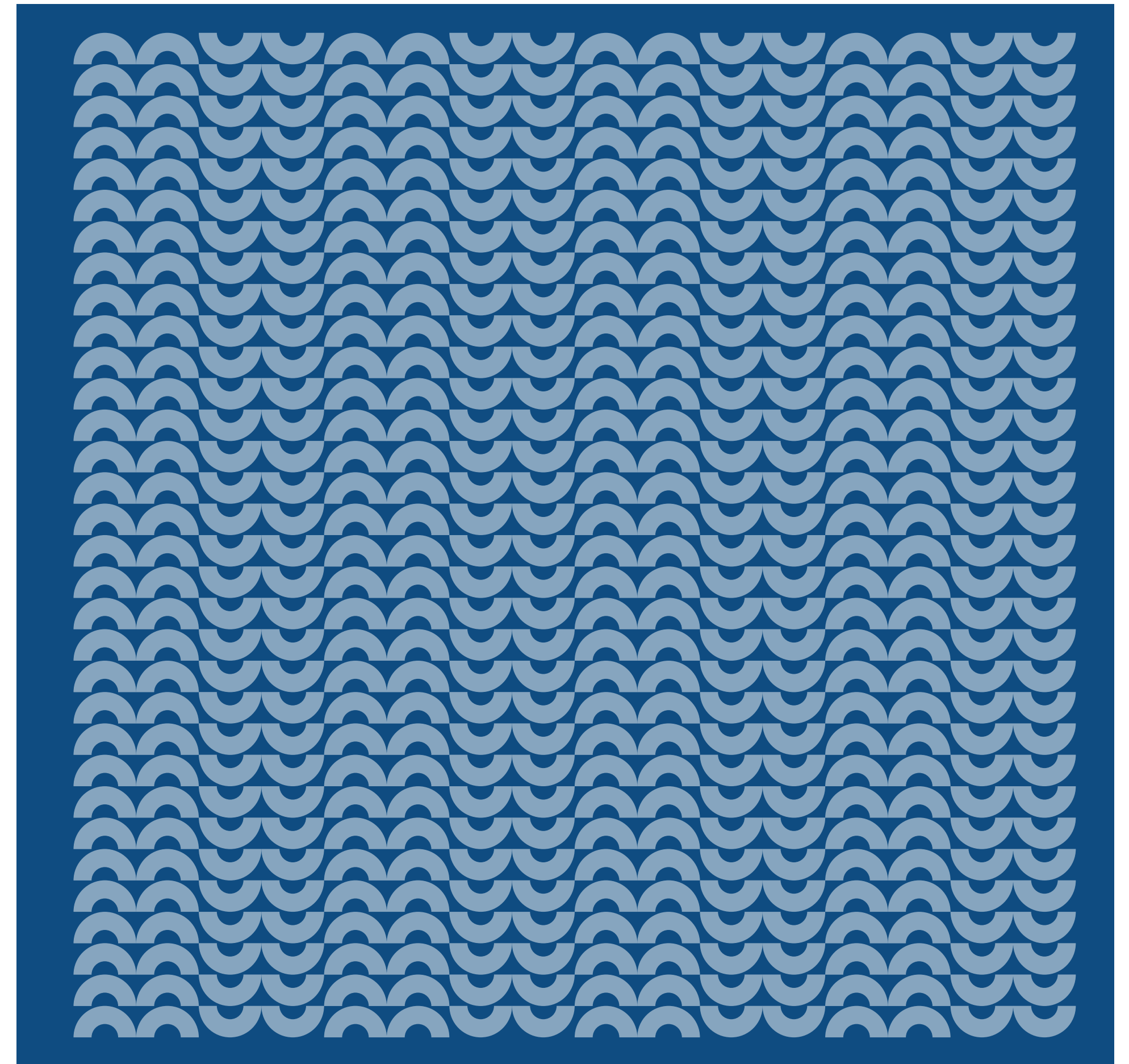
Паттерны

11. Кафедра «Дизайн»



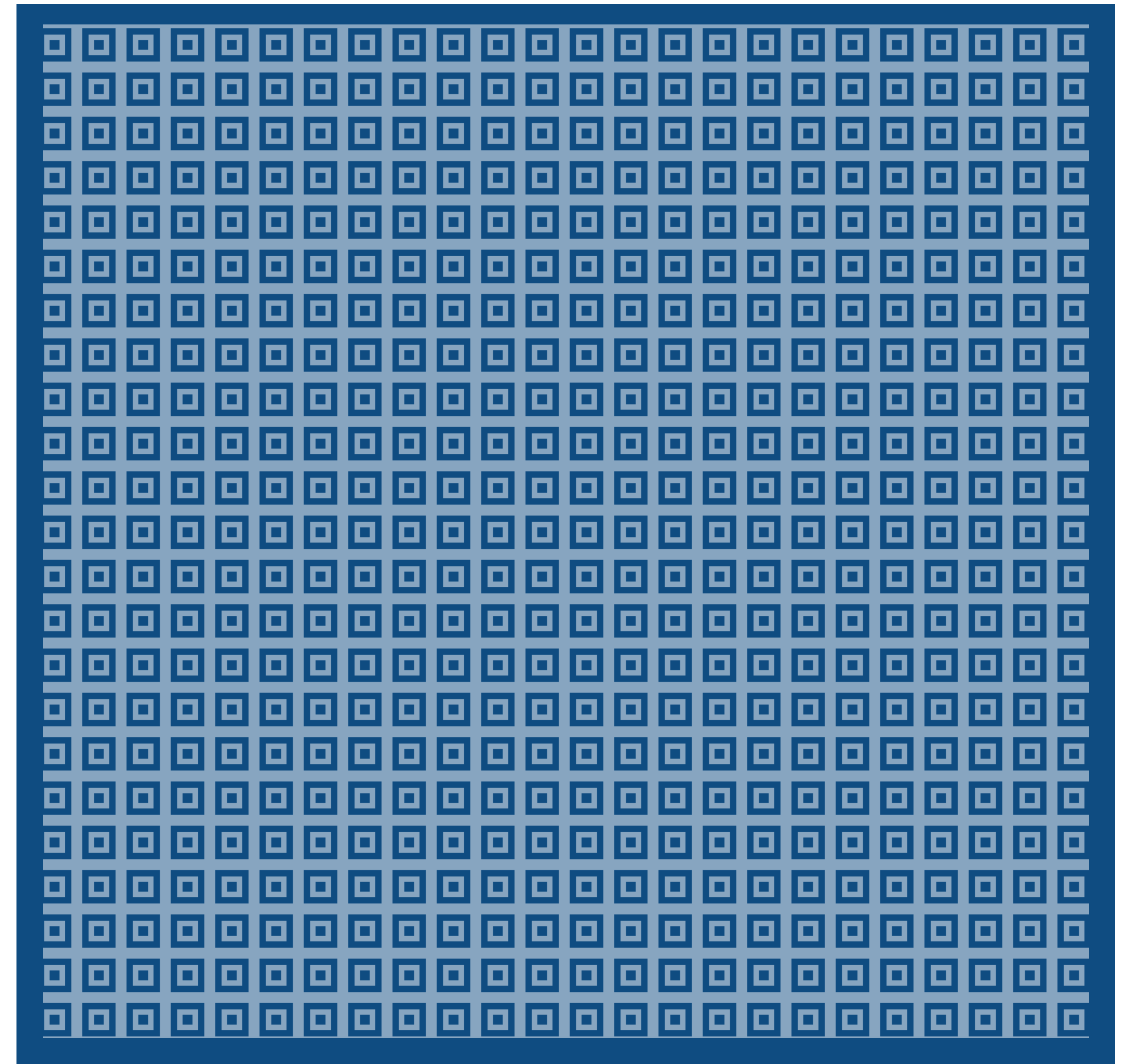
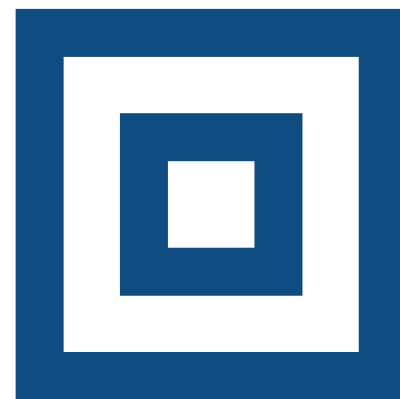
Паттерны

12. Кафедра «Менеджмент»



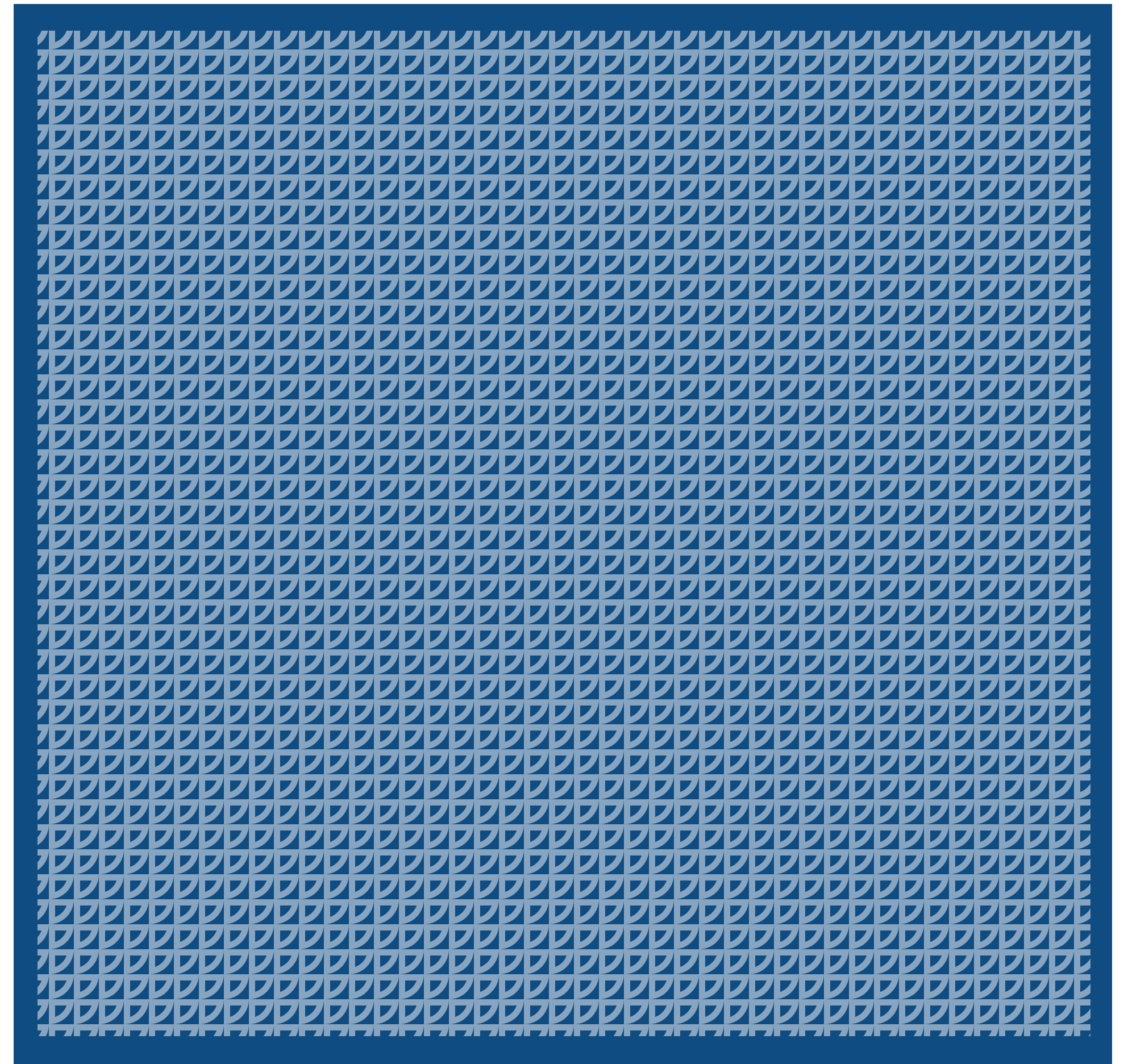
Паттерны

13. Кафедра «Землеустройство и кадастры»



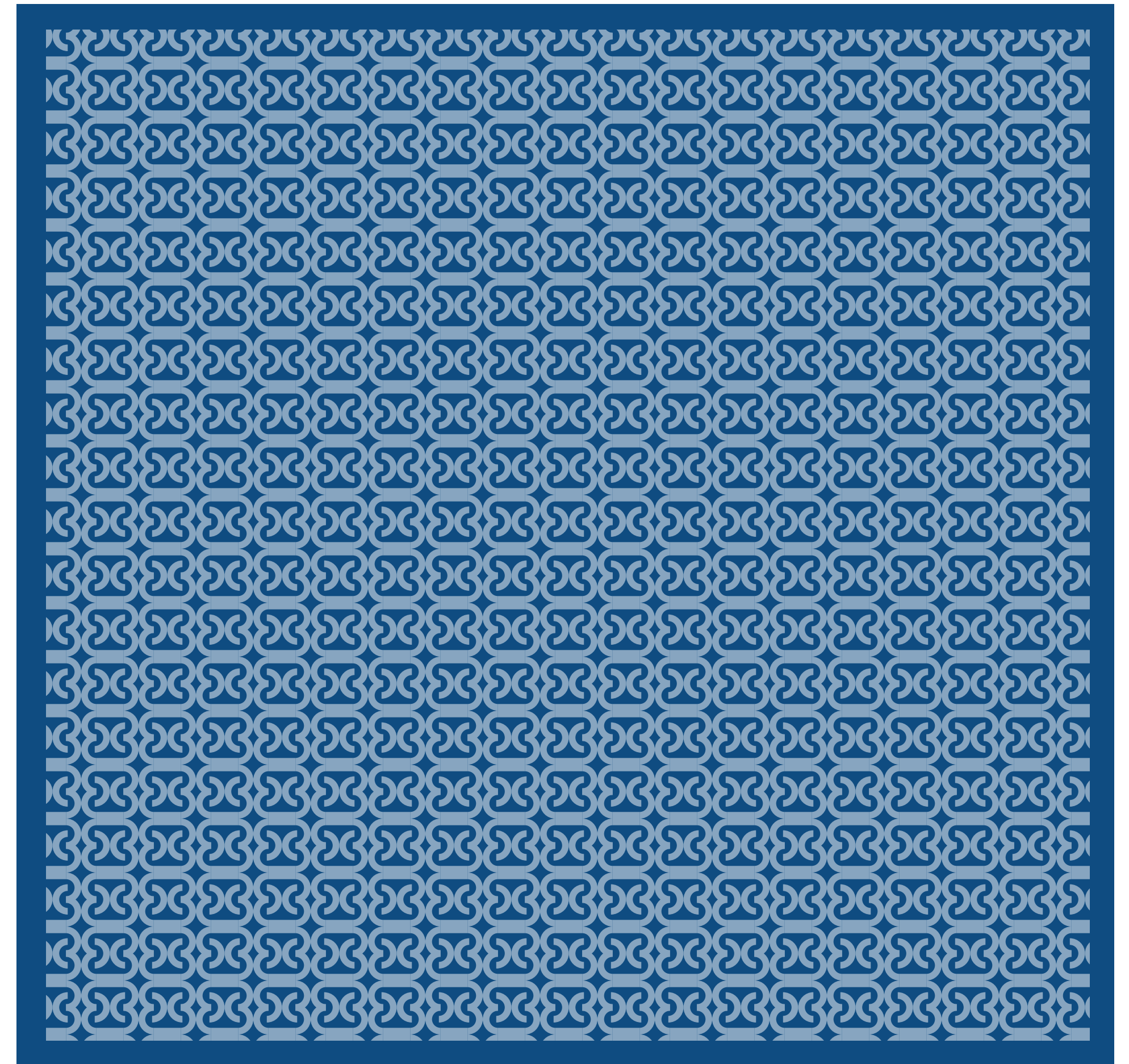
Паттерны

14. Кафедра «Иностранные языки»



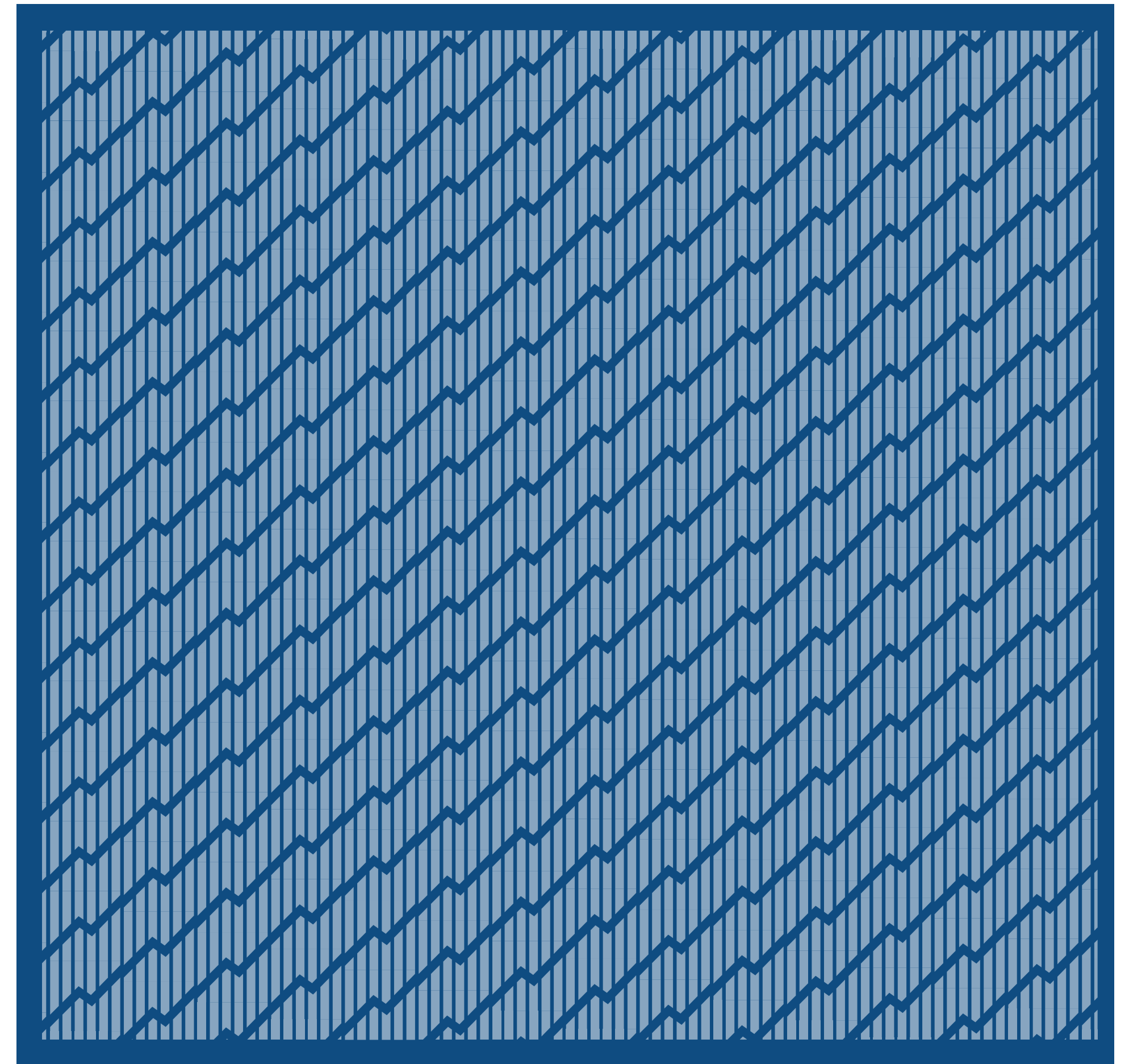
Паттерны

15. Кафедра «Физическое воспитание»



Паттерны

16. Кафедра «Экономика данных»



Паттерны

Кафедра
«Менеджмент»

Кафедра
«Финансы,
налогообложение
и финансовый учет»

Кафедра
«Гражданско-
правовые
дисциплины»

Кафедра
«Экономики
и государственного
и муниципального
управления»

Кафедра
«Физическое
воспитание»

Кафедра
«Иностранные
языки»

Кафедра
«Информационные
системы и технологии»

Кафедра
«Общематематические
и естественнонаучные
дисциплины»



Кафедра
«Журналистика,
реклама и PR»

Кафедра
«Дизайн»

Кафедра
«Землеустройство
и кадастры»

Кафедра
«Таможенное
дело и право»

Кафедра
«Экономика
данных»

Кафедра
«Социально-
гуманитарные
и общеправовые
дисциплины»

Кафедра
«Уголовно-правовые
дисциплины»

Кафедра
«Государственно-
правовые
и финансово-
правовые
дисциплины»

Паттерны



Паттерны

Концепция паттернов



Кафедра
«Социально-
гуманитарные
и общеправовые
дисциплины»



Сова
Символ мудрости
и знаний



Очки



Кафедра
«Физическое
воспитание»



Мускулы
Физическая
форма



Кафедра
«Иностранные
языки»



Земной шар,
поделенный
на меридианы
и параллели,
где каждая секция
это изучаемый язык



Кафедра
«Гражданско-
правовые
дисциплины»



Кафедра
«Уголовно-
правовые
дисциплины»



Заседание
Государственной
Думы



Кафедра
«Экономика
данных»

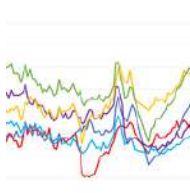


График
экономических
изменений



Кафедра
«Журналистика,
реклама и PR»



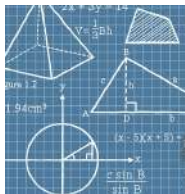
Магнитные волны
Связь



Звуковые волны



Кафедра
«Общематематические
и естественнонаучные
дисциплины»



Геометрические
фигуры,
построение
пропорции



Кафедра
«Экономики
и государственного
и муниципального
управления»



Экономика
и управление
создают баланс
в государстве



Кафедра
«Государственно-
правовые
и финансово-
правовые
дисциплины»



Библиотека



Кафедра
«Менеджмент»



Круговая
диаграмма



Кафедра
«Таможенное
дело и право»



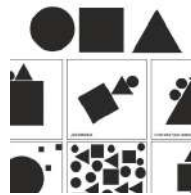
Погоны
Служебная
форма



Кафедра
«Дизайн»



Соединяет в себе
креативность
и изобретательность



Композиция



Кафедра
«Информационные
системы и технологии»



Двоичный код



Кафедра
«Землеустройство
и кадастры»



Земельные
участки



Кафедра
«Финансы,
налогообложение
и финансовый учет»



Монеты

Полиграфия

Фирменная графика служит одним из основных элементов в коммуникации бренда, наряду с цветовой гаммой, типографикой и логотипом.

Создание запоминающейся графики фирменного стиля бренда должно иметь только лучший результат, так как каждая его составляющая оказывает непосредственное влияние на восприятие и первое впечатление независимо от вида носителя.

Собранные все вместе элементы фирменного стиля позволяют удивительно точно отразить всю многогранную суть бренда в самых различных ее аспектах, рассказать аудитории максимум о бренде, его ценностях, подходу и отношением с аудиторией.

Раздел 06

Фирменный бланк

Фирменный бланк для документов
и официальных писем.
Размер А4.

МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Сайт: www.mfua.ru
Приёмная комиссия: +7 (499) 346-86-92
Наш адрес: г. Москва, ул. Введенского, д. 1А

Заявление

Московский финансово-юридический университет МФЮА обладает всеми необходимыми ресурсами для обучения квалифицированных кадров, востребованных на рынке труда: крупный имущественный комплекс, мощное технологическое обеспечение, актуальные образовательные программы и индустриальное партнерство с профильными организациями. МФЮА входит в список лучших вузов по востребованности выпускников направлений «Бизнес-информатика», «Экономика» и «Юриспруденция» по версии HeadHunter.

Университет имеет лицензию на осуществление образовательной деятельности и государственную аккредитацию, соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов. Ежегодно вузу выделяются бюджетные места на самые востребованные специальности.

Миссия
Предоставлять обучение высокого качества, используя передовые интеллектуальные, организационные, информационные и технические ресурсы, для успешной карьеры своих выпускников

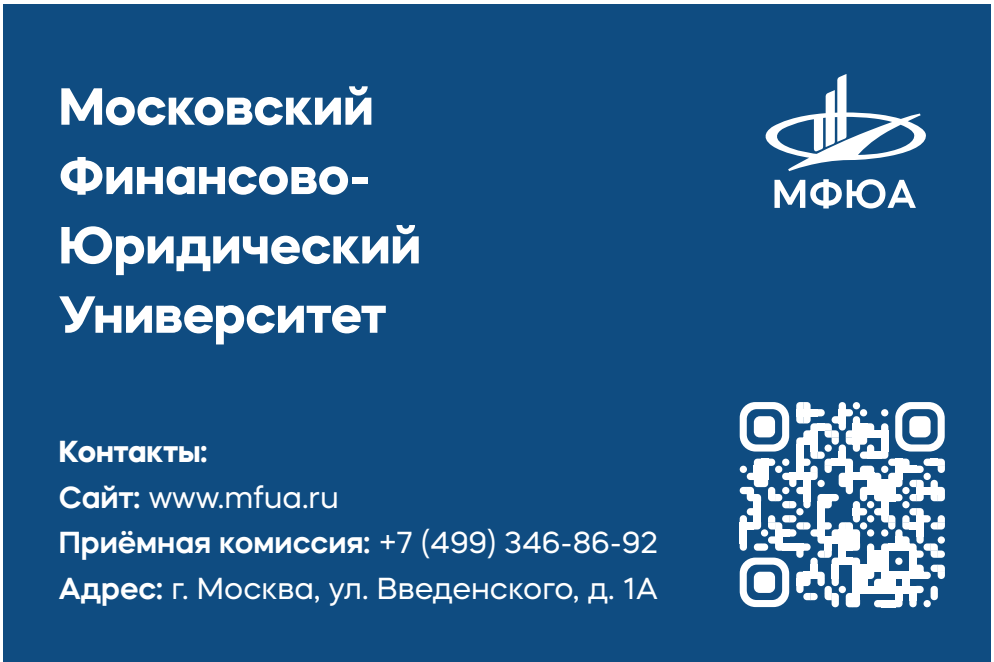
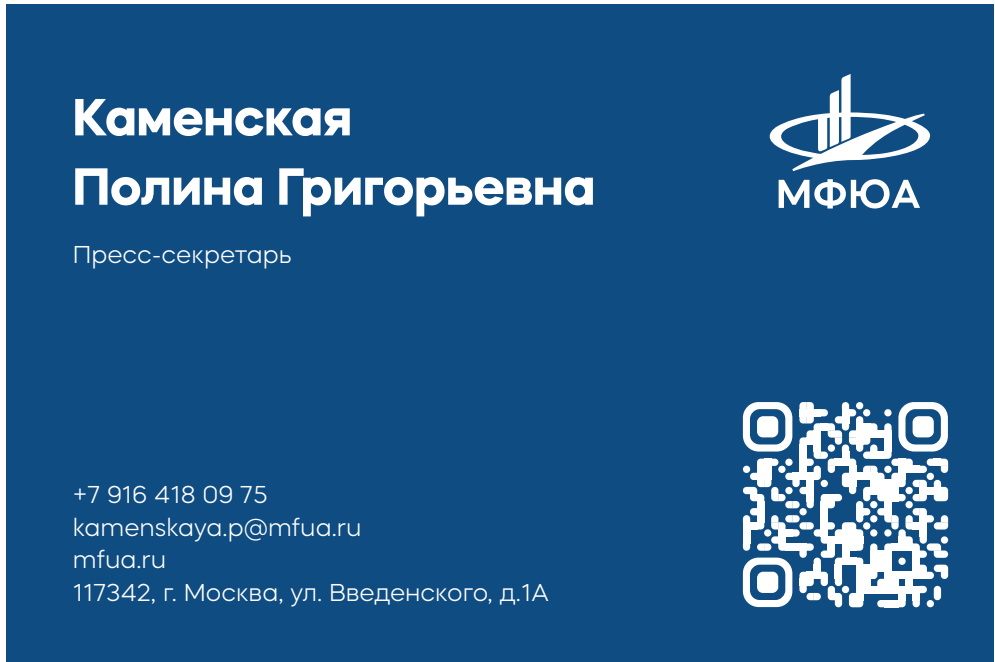
Цели
Обеспечить рынок труда востребованными специалистами, способными быстро адаптироваться к изменяющимся внешним условиям экономики

Дата

Подпись

Визитка

Визитка личная и корпоративная.
Размер 60x90мм.



Конверт

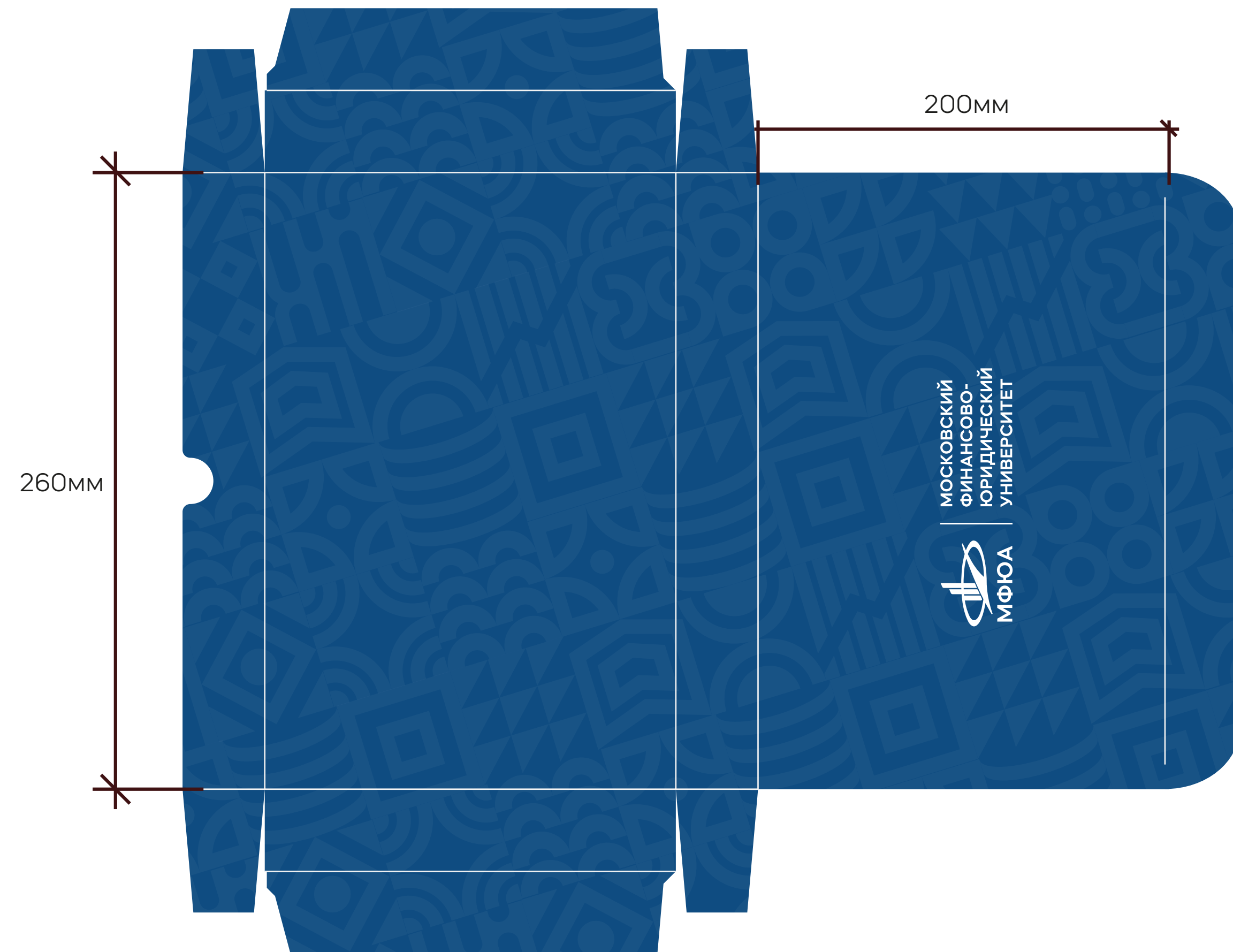
Конверт для писем и упаковки
открыток.

Размер С5, 162*229 мм.



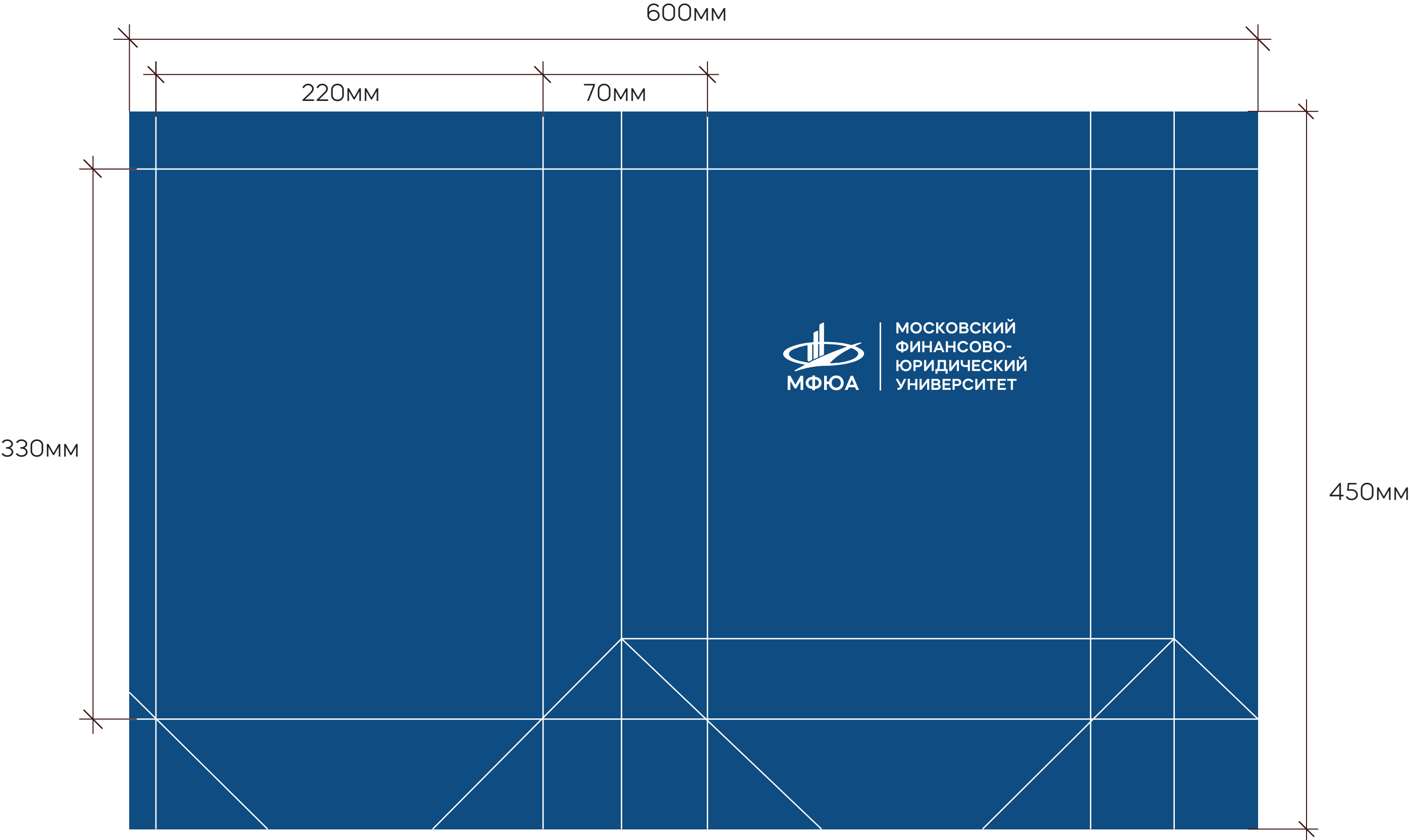
Упаковка

Коробка для упаковки сувенирной продукции.
Размер 200х260мм (могут быть увеличены).



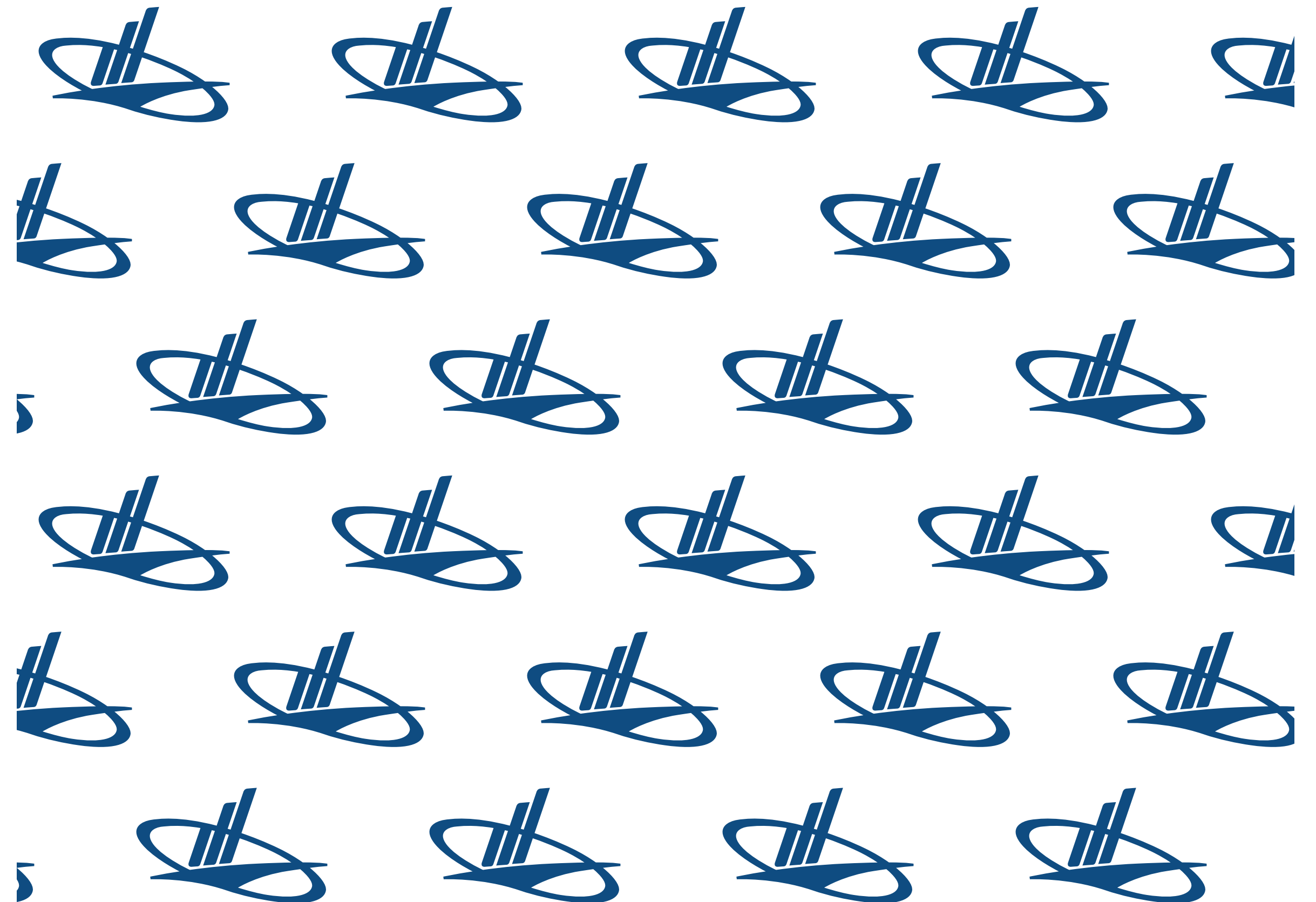
Пакет

Фирменный бумажный пакет
Размер А4.



Пресс-волл

Фон с фирменным паттерном,
используется для стендов, фотозон.



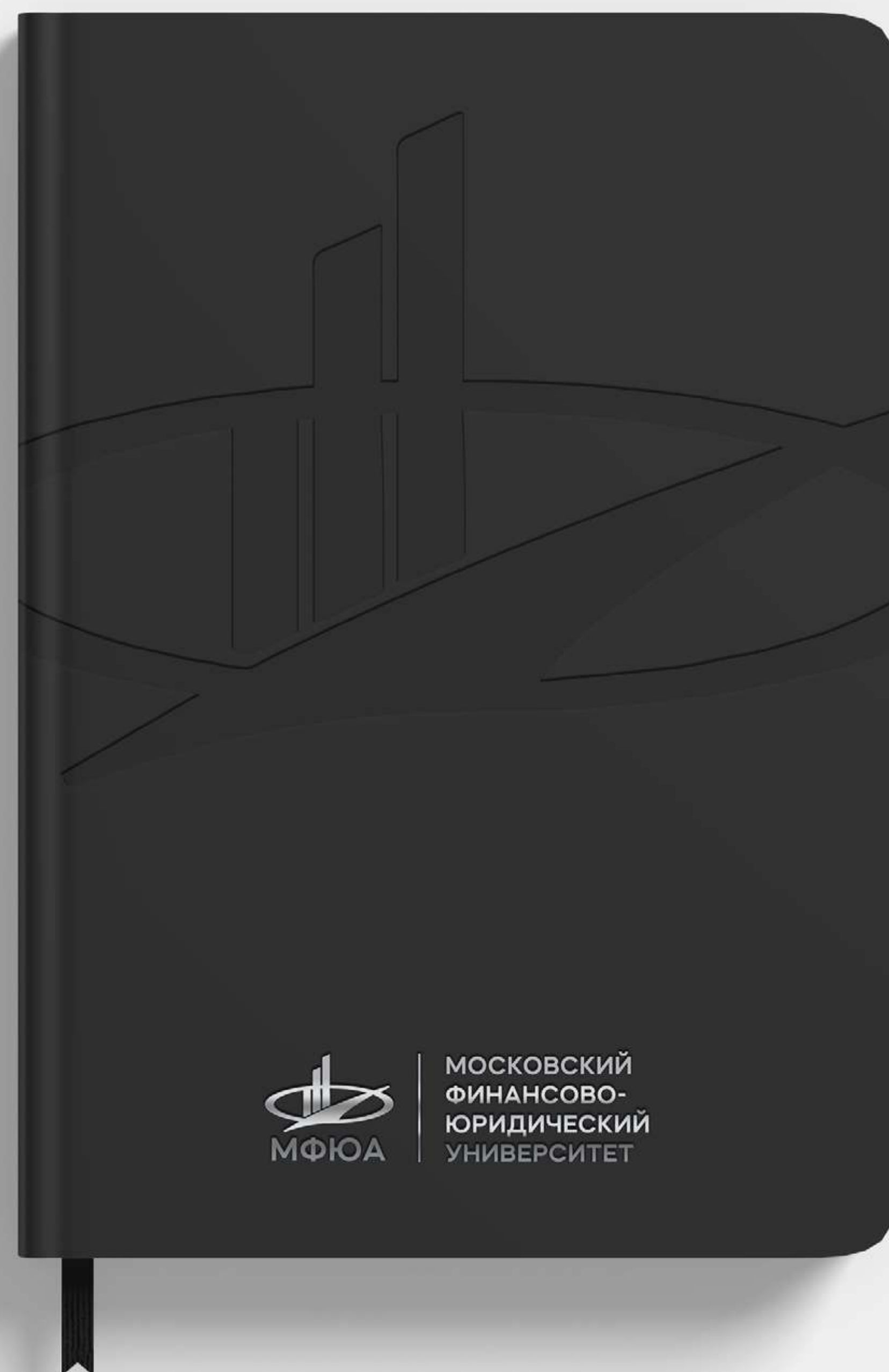
Сувенирная продукция

Включает в себя продукцию различного рода: чашки, карандаши, ручки, календари, блокноты, значки и т.д., куда наносится фирменный знак или логотип с использованием элементов фирменного стиля.

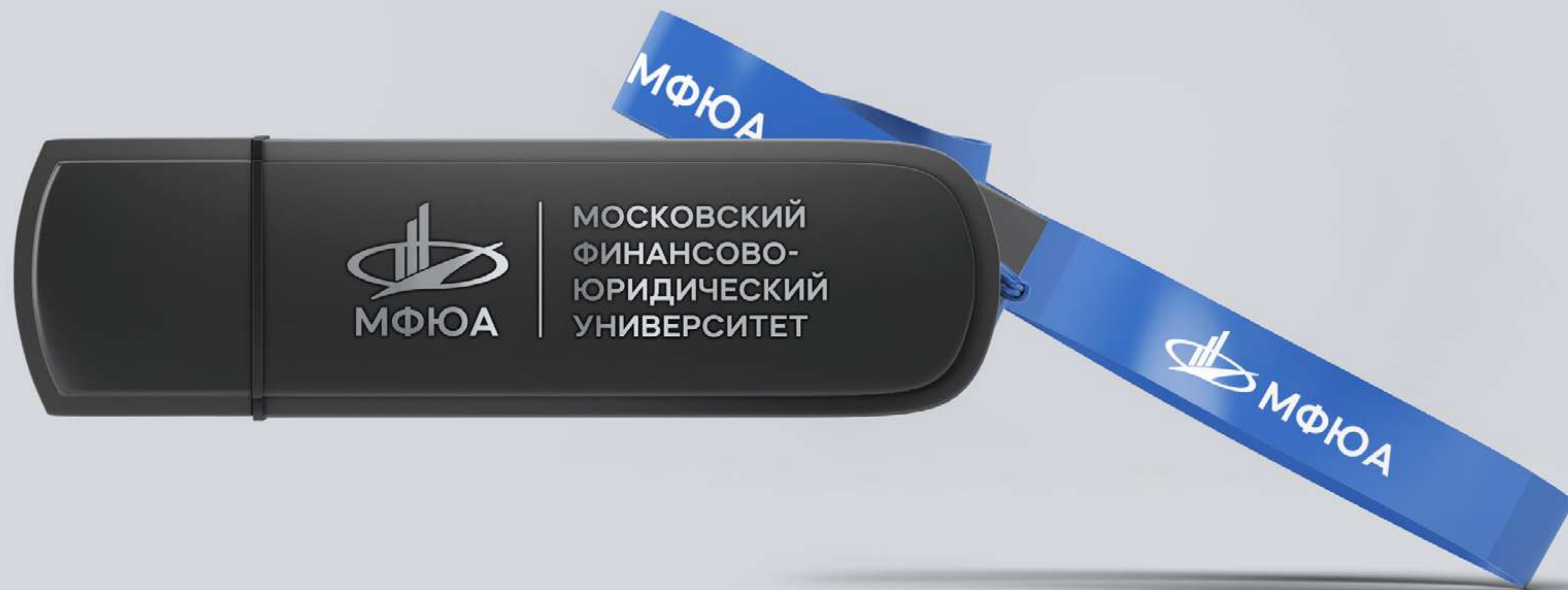


Визуализация

Раздел 07











МОСКОВСКИЙ
ФИНАНСОВО-
ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ