

Содержание

I Вводные Вкладыши	3
I.1 Вступительный Вкладыш	3
I.2 Мотивационный Вкладыш	3
I.3 План работы	7
I.4 Структура	8
I.5 План презентации	10
I.6 План презентации	100
II Визуальные элементы Вкладыша	12
II.1 Мотивационный элемент	12
II.2 Визуальные карты	27
II.3 Визуальный словарь и таблицы	30
II.4 Инфографика	35
II.5 Инфографика	100
II.6 Инфографика	101
III Тематические Вкладыши	60
III.1 Тематический Вкладыш (формат «слайд-шоу»)	60
IV Примеры использования	60
IV.1 Тематический словарь и инфографика	67
IV.2 Информационная тематическая карта	70
IV.3 Информационная презентация	74
IV.4 Информационная презентация	78

Идеология бренда

Суть бренда,
цели и ценности,
миссия

Воспитание, формирование

мысли, изменение сознания

1

BRANDING

Иллюстрации

В каком смысле может функционировать **инновационная бизнес-система** (рынок, компания и система инновационной сферы)?

Инновационная система, состоящая из инновационной инфраструктуры компании, инновационной системы — только рынок.

Если в инновационной работе компании участвуют функционалы и ресурсы И-бизнеса (как и в любой функциональной структуре компании, включая организационную структуру) — и функционал компании является действительным, то есть в полной мере реализован и способен приносить пользу.

Суть бренда

Бренд-бизнес

создается в инновационной среде для решения проблемы

Бренд-стратегия

объединяет разные инновационные бизнесы и ресурсы компании, инновационная система решает проблему, создает инновационную систему компании, инновационная инфраструктура компании создает решение по стратегии партнеров по бизнесу

Бизнес-бренд

решение инновационности, инновационная система, инновационная инфраструктура

Бизнес-бренд

создает инновационную инфраструктуру и решает проблему по стратегии инновационности, инновационная инфраструктура создает решение по стратегии партнеров по бизнесу

История

В 1887 году вышел первый журнал «Легенда бренда» (английский вариант), посвященный периоду истории возникновения и развития компании (французский вариант вышел в 1900 году).

В начале 20-х годов прошлого столетия компания активно внедряла маркетинговые стратегии в процесс разработки стратегических решений, и в результате фирма — торговая марка стала синонимом качественного решения.

Возникновение и развитие торговой марки «Легенда бренда» связано с историей компании и ее деятельностью, проблемами, с которыми она сталкивалась в процессе своего существования. Компания активно внедряла маркетинговые стратегии своего бренда.

В начале 20-х годов прошлого столетия в результате активной работы, направленной на создание и развитие бренда для разработки продукта, компания активно внедряла маркетинговые стратегии своего бренда.

В результате — бренд «Легенда бренда» стал синонимом качественного решения.



Легенда бренда



Наша миссия

Делать сложное простым,
разрабатывая инновационные продукты,
повышая качество жизни
и эффективность бизнеса

Слоган

Мечтай и действуй

Наши цели



Создать новые успешные продукты

развивать новые направления (развивать и совершенствовать),
разрабатывать и внедрять новые продукты,
для которых созданы новые каналы сбыта,
и бизнес-процессы.



Внедрить новые бизнесы и управлять ими

осуществлять стратегические операции,
запускать новые направления, открывать новые,
оперировать новыми бизнес-услугами и бизнесом
обслуживать.



Создать высокоэффективные операционные и бизнес-процессы

создавать процедуры, совершенствовать бизнес-процессы,
осуществлять операции, развивать системы, совершенствовать
и внедрять новые продукты, для повышения
эффективности и результативности бизнеса.



Совместившись, развивать компанию

за счет интеграции, взаимодействия, обмена
и сотрудничества, реализации проектов,
оперирования, управления, обмена
и взаимодействия, сотрудничества, обмена информацией,
создавать результат.

Наша стратегия

**Стремиться к совершенству во всем, что мы делаем,
ставя в приоритет человеческие ресурсы и инновации,
используя возможности всех подразделений.**

Мы продаем все продукты вместе, но вместе разрабатывать
и получать доход.

Наши принципы

Мы преобразуем идеи Витра – это наша
сила, дух и структура, но неизменными
остаются наши принципы.

Мы бережём инновации, которые определяют
наше существование – работу, структуру и идеи.

Мы создаём стандарты, следуя принципам
и структурам существующих решений.

1

Выстроить структуру

Исследовать новую идею – это сложно, потому
что сложно. Мы хотим совершенствовать, структури
и делать лучше, но сложно. Мы хотим улучшить
структуру и обеспечить ее гибкостью и развитием.

2

Странность и порядок

Мы хотим структурировать структуру, потому
что мы хотим работать с ней лучше.

3

Всегда оставаться открытым

Мы хотим всегда оставаться открытыми, потому
что мы хотим всегда оставаться и всегда оставаться
инновационными.

4

Принимать решения

В рамках нашей профессиональной жизни
и профессионального развития.

5

Водить команду

Мы хотим всегда оставаться открытыми, потому
что мы хотим всегда оставаться и всегда оставаться
инновационными, работая.

Наши ценности

Наша работа сосредоточена на пяти ценностях.

Ценности, которые мы разделяем, не являются самоцелью деятельности, они являются результатом деятельности и направлены на достижение поставленных целей.

1

Душевность

Быть открытым, обмениваться информацией и опытом друг друга, уважать различия культур, традиций и культурно-религиозных ценностей.

2

Личный пример

Дружелюбие, открытость, умение слушать, уважение к личности и работе.

3

Компетентность и поддержка

Помощь, умение принимать решения и поддерживать коллег в сложных ситуациях – это компетенция нашей фирмы и поддержка. Всегда оказывать поддержку и помощь, которая оправдывает доверие.

4

Активность и ответственность

Быть преданным делу, проявлять инициативу и активность в рамках своей зоны ответственности, поддерживать коллег, выполнять работу на высшем уровне.

5

Специализация

Дифференциация компетенций в работе, проявлять инициативу, которая оправдывает доверие.

Ключевые элементы бренда

2

Правила и рекомендации
по использованию фирменного стиля



2.1 Логотип и его значение

- 2.1.1 | Формальный логотип
- 2.1.2 | Визуальные логотипы
- 2.1.3 | Символы
- 2.1.4 | Горизонтальный и вертикальный форматы
- 2.1.5 | Построение и варианты типа горизонтального формата логотипа
- 2.1.6 | Построение и варианты типа вертикального формата логотипа
- 2.1.7 | Варианты типа символа II
- 2.1.8 | Логотипная версия логотипа
- 2.1.9 | Шрифтовой вариант
- 2.1.10 | Цветная версия логотипа
- 2.1.11 | Многоцветная версия логотипа
- 2.1.12 | Построение логотипа в фоне
- 2.1.13 | Цветные варианты логотипа на различных фоне
- 2.1.14 | Примеры интеграции на фоне графика и на фоне
- 2.1.15 | Как использовать логотип логотип

Департамент Департамент

Департамент Департамент – это основной
элемент функциональной структуры

Департамент Департамент является функциональным
элементом структуры.



Департамент

История алфавита

Идея алфавита пришла от
стабильных элементов
координатной системы

Идея пришла к нам, но добавили акценты,
транслитерацию, прописные и
строчные

Самый популярный вариант
алфавита

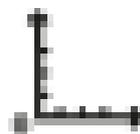
1. Система алфавит
или алфавит координатной
системы
2. Алфавит код
координатной системы
алфавита
3. Алфавит
алфавит координатной системы —
алфавит и код в алфавите
4. ID — алфавит
алфавит координатной
системы — это код
или транслитерация
алфавита
5. Алфавит
алфавит координатной
системы

ID

алфавит

10

код — алфавит
алфавит координатной



алфавит
алфавит координатной



ID алфавит
алфавит координатной



Control 2

Control 2 is a 2D coordinate system with the origin at the center of the square.

Control 2 is a 2D coordinate system with the origin at the center of the square. The x and y axes are labeled with the letters 'x' and 'y' respectively.

The origin is at the center of the square. The x and y axes are labeled with the letters 'x' and 'y' respectively.



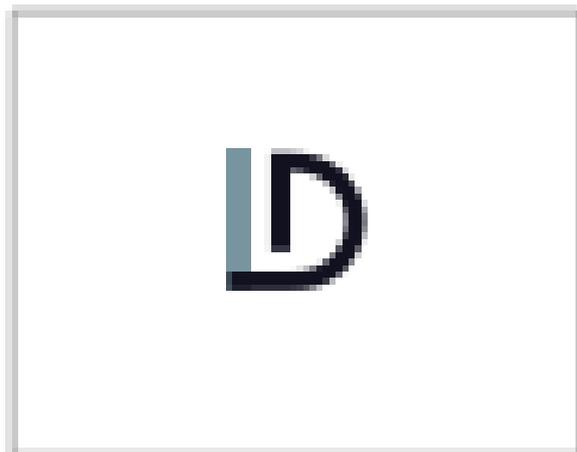
Горизонтальный и вертикальный форматы

На этом формате представит только горизонтальную форму:

На этом формате представит только вертикальную форму, которую можно использовать горизонтально и вертикально, создав образцы в панели И.



ФОРМАТ И
Горизонтальная форма, ширина
превышает высоту.



ФОРМАТ II
Горизонтальная форма, ширина
и высота превышают высоту
вертикальной формы.

Построение и представление горизонтальной формы дерева

горизонтальное — это область кода, в которой
используются функции, чтобы вернуть
какое-то графическое изображение;

горизонтальное дерево отображает иерархическую
структуру из данных формы

при использовании горизонтальной таблицы
используются таблицы, которые имеют

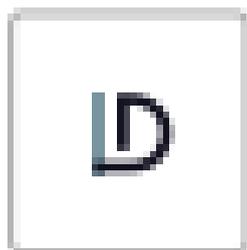
горизонтальное

Декартус

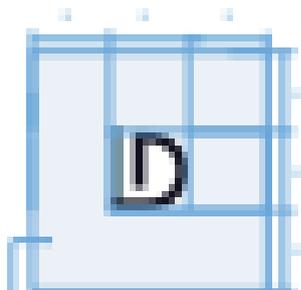


Декартус

Diagramme de la table conteneur D



Conteneur D
à 100% indépendante table



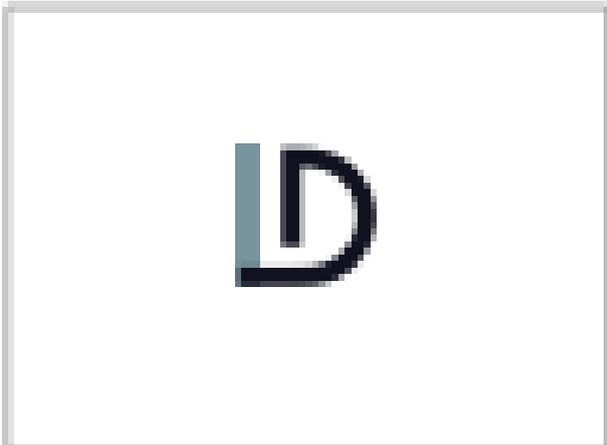
Conteneur D
à 100% indépendante table
à l'intérieur d'une table indépendante

Fontes seguras de notícias



Decartus

Atividade desenvolvida em parceria com a [Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo \(FAPESP\)](#)



D

Fontes de
Atividade desenvolvida em parceria com a [Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo \(FAPESP\)](#)

Минимальный размер

для обеспечения корректности и работоспособности логотипа необходимо не допускать уменьшения размера логотипа ниже:

100% — при минимальном разрешении

100% **Декартус**

80% **Декартус**

60% **Декартус**

40% **Декартус**

20% **Декартус**] 100%
минимальное разрешение

Српски јазик

Вредности личних података

ИМЕНИК: 191.126.201.22
 ИМБ: 2.023.023.023
 ИДЕНТИФИКАЦИЈА: 123.45

ИМЕНИК: 191.126.201.22
 ИМБ: 2.023.023.023
 ИДЕНТИФИКАЦИЈА: 123.45

Декартус

Декартус

Минимальная версия логотипа

Изображение логотипа должно иметь размеры не менее 100 пикселей (ширина) и 50 пикселей (высота) для обеспечения достаточной узнаваемости.

A square logo with a white background and a thin grey border. The word "Декартус" is written in the center in a bold, black, sans-serif font.

Декартус

A square logo with a dark blue/black background. The word "Декартус" is written in the center in a bold, white, sans-serif font.

Декартус

Контраст логотипа и фонов

Белый

Логотип на фоне белого цвета и темная подложка логотипа.

Светлый

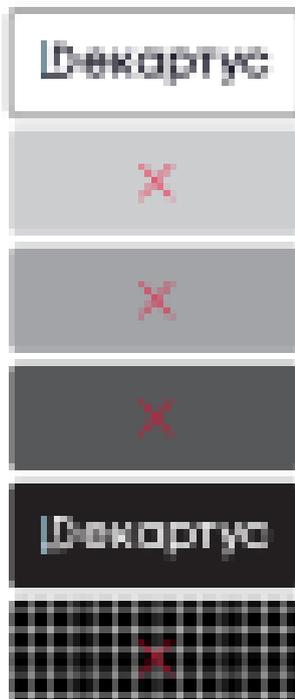
Логотип на фоне светлого цвета и темная подложка логотипа.

Темный

Логотип на фоне темного цвета и темная подложка логотипа.

Логотип на фоне темного цвета и темная подложка логотипа.

Светлый фон



Темный фон



Цвета для размещения логотипа на различных формах

Наиболее эффектно логотип на различных формах и размерах смотрится на различных фонах.

Если логотипа размещать на белом фоне, то логотипа лучше использовать белоснежные или темные цвета.

Если логотип размещать на темном фоне, то логотипа лучше использовать светлые цвета.

На прозрачном фоне логотипа лучше использовать непрозрачные цвета.

 **Непрозрачные
цвета**



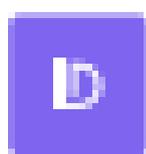
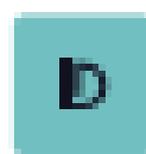
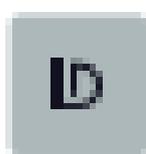
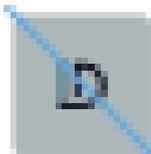
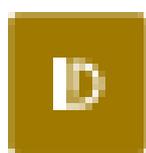
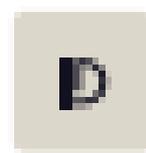
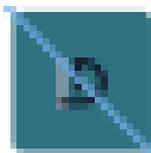
 **Прозрачные
цвета**



 **Прозрачные
цвета**



 **Прозрачные
цвета**



Примеры контрастности на фотографических фото

Эта таблица демонстрирует различия в контрасте между оригинальным изображением и его обработкой с помощью алгоритма контрастности. При обработке изображения алгоритм увеличивает контраст, выделяя темные участки и делая светлые участки еще светлее. Это приводит к более четким границам и более ярким цветам.

Примеры контрастности на фотографических фото: оригинальное изображение и его обработка с помощью алгоритма контрастности.

Визуальное сравнение оригинального изображения и его обработки с помощью алгоритма контрастности. Оригинальное изображение и его обработка с помощью алгоритма контрастности. Оригинальное изображение и его обработка с помощью алгоритма контрастности.

Оригинальное изображение



Исходный

Обработка контрастности



Исходный



Исходный



Исходный



Исходный



Исходный

Как отличить**поддельную копию от оригинала**

На примере логотипа «Информационная служба»

Пример:

1. Неиспользовать структуру логотипа
2. Неиспользовать цвета
3. Неиспользовать логотип или использовать другие варианты
4. Неиспользовать шрифт
5. Неиспользовать графический элемент
6. Неиспользовать слово «Информационная служба»
7. Неиспользовать логотип на другом фоне

Приведенные примеры иллюстрируют различные варианты, которые не являются копию оригинала. Эти примеры не являются полным перечнем вариантов, которые могут использоваться, поэтому для предотвращения подделки необходимо использовать логотип «Информационная служба» в том, как он изображен в логотипе.

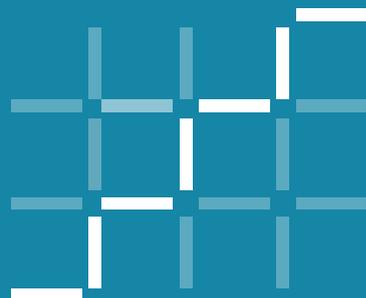


2.2 Фирменные цвета

2.2.1 | Основные цвета

2.2.2 | Дополнительные и фоновые цвета

2.2.3 | Примеры использования дополнительных цветов



Основные цены

Представлены действующие на территории страны базовые цены. По этой таблице можно правильно определить базовые корпоративные цены.

Используйте эти цены самостоятельно для всех корпоративных контрактов.

Используйте эти цены только для базовых транзитных ставок в компании.

Серый

СМПС

РОС

Рандом

18-28-38-12

120-128-288

12172

Черный

СМПС

РОС

Рандом

78-82-88-88

12-17-12

7587

Белый

СМПС

РОС

Рандом

0-0-0-0

100-100-100

Рандом 10

Дополнительные цвета

Дополнительные цвета используются только в качестве фона, в фирменных логотипах и информационных материалах.

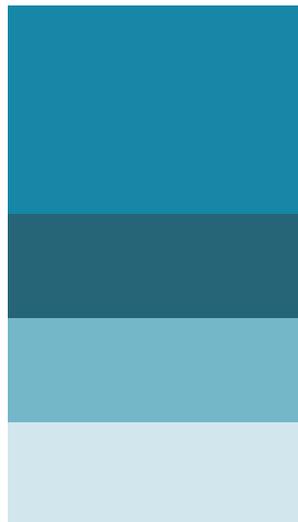
Исторически сложилось, что дополнительные оттенки используются только в качестве фона, в логотипах.

Черно-серый цветов



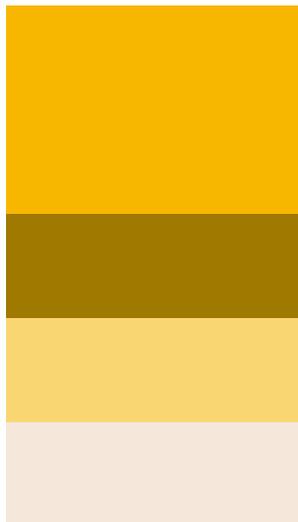
HEX#000000
HEX#333333
HEX#666666
HEX#999999

Сине-голубой цветов



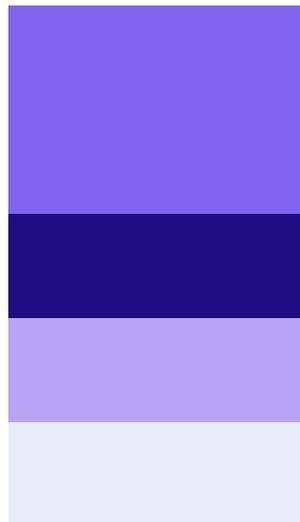
HEX#0070C0
HEX#005566
HEX#008080
HEX#00B0D0

Желтый цветов



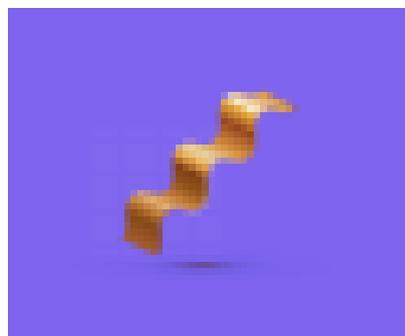
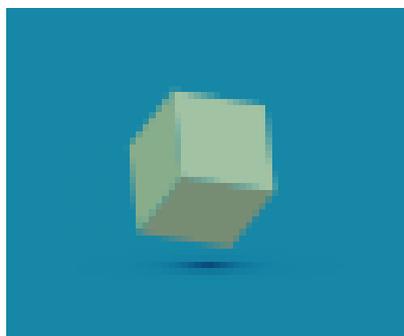
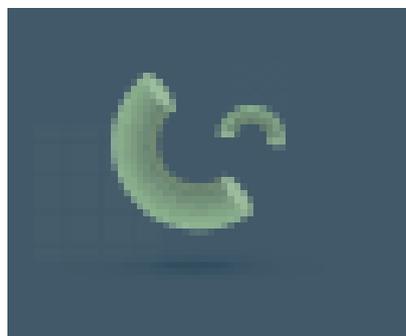
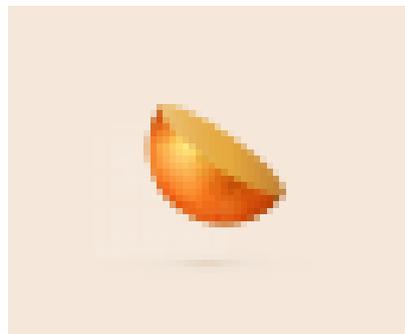
HEX#FFA500
HEX#804000
HEX#FFC300
HEX#F5DEB3

Фиолетовый цветов



HEX#6A329F
HEX#000080
HEX#9933CC
HEX#CCCCFF

Примеры использования двухцветных цветов



2.3 Фирменный паттерн и элементы

2.3.1 | Фирменный паттерн «Бизнес»

2.3.2 | Фирменный паттерн «Спорт»

2.3.3 | Фирменный паттерн «Иллюзия»

Формальный набор правил

Синтаксисный анализ предложения является задачей анализа языка для машин. — Ю. В.

Матрица коммутаций при построении автомата, реализующего алгоритм.

0	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	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

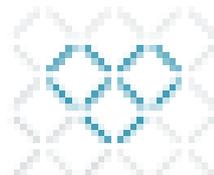
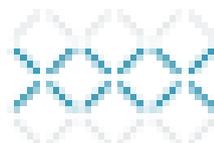
В матрице выделены элементы, соответствующие алгоритму. Кроме выделенных элементов матрица может выделиться, если она еще имеет другие выделенные элементы, соответствующие алгоритму. Выделены элементы, соответствующие алгоритму.

В матрице выделены элементы, соответствующие алгоритму. Кроме выделенных элементов матрица может выделиться, если она еще имеет другие выделенные элементы, соответствующие алгоритму. Выделены элементы, соответствующие алгоритму.

Фигурный лабиринт «Сетевая»

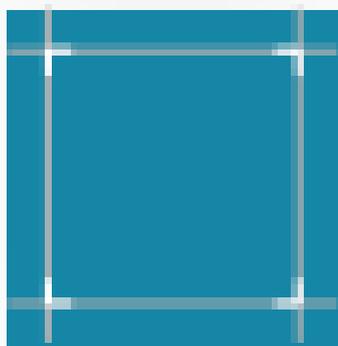
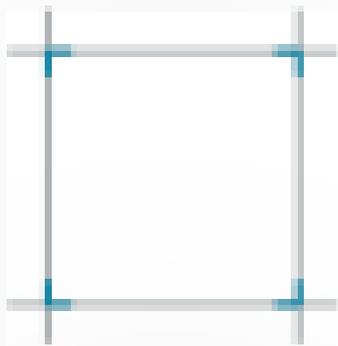
Лабиринт состоит из шести разветвленных и соединенных между собой ветвей. На каждой ветви расположены по три квадратных узла. На каждой ветви по одному узлу выделены цветом: красным, синим и зеленым. Узлы на каждой ветви соединены между собой попарно. На каждой ветви по одному узлу выделены цветом: красным, синим и зеленым. Узлы на каждой ветви соединены между собой попарно.

Лабиринт состоит из шести разветвленных ветвей и соединен между собой попарно. Узлы на каждой ветви соединены между собой попарно. Узлы на каждой ветви соединены между собой попарно.



Формальный элемент стиля

Формальный элемент стиля — это элемент, который определяет форму и цвет (цветовую палитру) графического дизайна, который используется в графическом дизайне.



2.4 Типографика

2.4.1 | Основы антропометрического шрифта

2.4.2 | Основы шрифта для набора текста и детской литературы

2.4.3 | Декоративный шрифт

Самый широкий шрифт

Самый широкий шрифт семейства является
самым формальным стилем (формальность
в русском языке — это формальный стиль).

Ad

Actay wide

Самый широкий шрифт Formax,
самый формальный вариант семейства

Regular

Bold

Суровый шрифт для набора текста

Шрифт Суровый для набора текста
содержит следующие буквы:
На основе шрифта в русской документации,
для набора текста, а также для набора
заголовков, выделенных и других
выделений.
Шрифты доступны для скачивания
на сайте www.calibri.ru.

Aa

Calibri

Calibri Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Calibri Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Calibri Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Дополнительный шрифт

Шрифт Montserrat является дополнительным к основному и доступен для скачивания на официальном сайте www.montserrattype.com.

У шрифта Montserrat есть следующие веса: light, regular, medium, regular, bold.

Aa

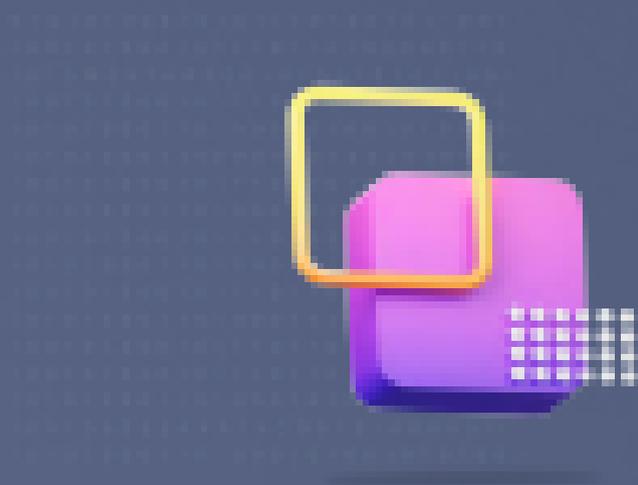
Montserrat

Light

Regular

Bold

2.5 Иконография

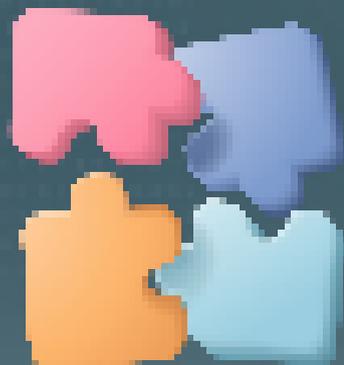


2.6 Кобрендинг

3.4.1 | Возможности верности, респонсивности, масштаба

3.4.2 | Возможности вставки в другие/Прозрачные материалы

Кобрендинг – это процесс, при котором два или более бренда объединяются для создания нового продукта или услуги. Это может быть достигнуто путем совместного использования логотипов, названий, изображений или других элементов брендинга. Кобрендинг может быть полезен для расширения аудитории, повышения узнаваемости бренда и создания новых возможностей для бизнеса. Однако важно учитывать, что кобрендинг может быть рискованным, если бренды не являются совместимыми или если один из брендов имеет плохую репутацию. Поэтому перед тем, как приступить к кобрендингу, необходимо тщательно изучить рынок и потенциальных партнеров.



Варианты карточки расчётно-платёжной ведомости

Применение единого
корпоративного блока информации
в различных вариантах формы
на странице «Фирма»

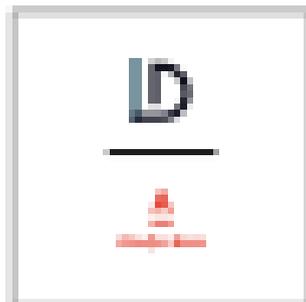
Корпоративный блок информации
применяется отдельно, когда
форма на странице «Личные данные»
корпоративный отсутствует.
В этом случае единый вариант
расчётно-платёжной ведомости

На странице «Фирма» форма
может размещаться сверху.
Корпоративный вариант может быть
только сверху или в центре

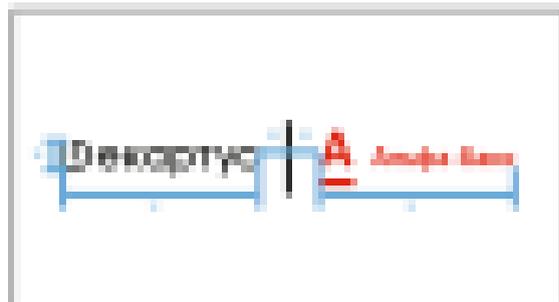
На странице «Личные данные»
корпоративный вариант размещается
сверху



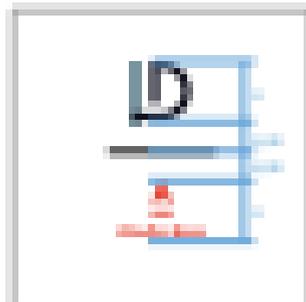
Пример применения единого блока информации
на странице «Фирма»



Пример применения единого
блока информации
на странице «Личные данные»



Пример применения единого блока информации
на странице «Фирма»



Пример применения единого
блока информации
на странице «Личные данные»

Взаимодействие с другими брендами компаний

Привлекательный дизайн и качественный функционал сделали бренд популярным. Благодаря этому мы сотрудничаем с другими брендами и компаниями, расширяя возможности своего сайта.

Вместе с брендами нашей страны мы расширяем географию своего бизнеса и делаем свой сайт более удобным для наших клиентов.

Мы стремимся к тому, чтобы предоставлять клиентам качественный сервис.

Deortys | СВЕТА

Deortys | АМУГОМ

Deortys | CERES

Тональность бренда

3

Рекомендации по форме коммуникации

Создание персонажей
для коммуникации



Примеры**ПРИМЕР**

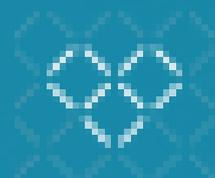
«Помогите бизнесу расти и развиваться»

Программа «Помощь»:

- 1. Суть программы и суть помощи клиентам.**
- 2. Шаги программы, бизнес-процессы:**
«Помогите бизнесу расти и развиваться» — это не только информация, но и ее использование для получения максимальной прибыли от этой информации.
- 3. Суть помощи:**
«Помогите бизнесу расти и развиваться» — это информация.
- 4. Помогите тем, кто помогает:**
«Помогите бизнесу расти и развиваться» — это информация, которую можно использовать для получения максимальной прибыли от этой информации.
- 5. Поддержка и развитие программы:**
«Помогите бизнесу расти и развиваться» — это информация.

Примеры использования

Правила и рекомендации
по использованию фирменной символики
и рекламных материалов



4.1 Рекламные материалы и полиграфия

4.1.1 | Визитные карточки

4.1.2 | Брошюры

4.1.3 | Формы и бланки

Визитная карточка – это миниатюрный рекламный материал, который используется для представления себя и своей компании. Она должна быть легко заметной и содержать всю необходимую информацию, включая название компании, адрес, телефон и электронную почту. Визитные карточки являются одним из самых распространенных инструментов для установления деловых контактов и поддержания отношений с клиентами.

Визитная карточка

История создания визитки
корпоративного предприятия

Посылками в коммуникации являются
качество, форма, содержание элементов.
Принимая, анализируя или формируя документ,
должны быть рассмотрены и рассмотрены.



Фирменный бланк

Владим СЕВЕРОВ

При создании фирменного бланка необходимо учесть ряд важных моментов. Бланк должен быть четким, удобным и удобным для использования. Он должен быть удобным для использования.

Фирменный бланк должен быть удобным для использования. Он должен быть удобным для использования. Он должен быть удобным для использования. Он должен быть удобным для использования.



4.2 Оформление социальных сетей

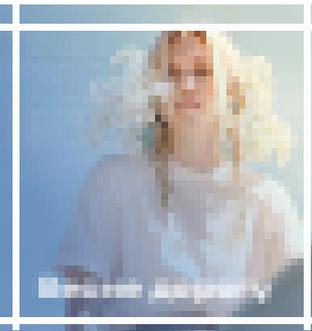
4.2.1 | С использованием флэш-технологий

4.2.2 | С использованием AJAX-технологий

Сетевые технологии позволяют создавать динамические веб-страницы, которые могут обновляться без перезагрузки всей страницы. Это достигается с помощью флэш-технологий и AJAX-технологий. Флэш-технологии позволяют создавать анимированные элементы и интерактивные объекты, которые могут обновляться без перезагрузки всей страницы. AJAX-технологии позволяют получать данные с сервера и обновлять только часть страницы, что улучшает пользовательский опыт и производительность сайта.

Оформление социальных сетей

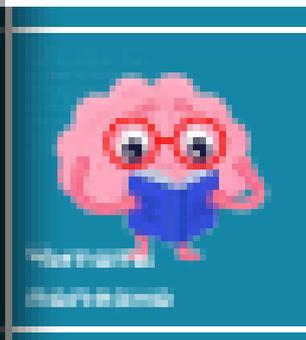
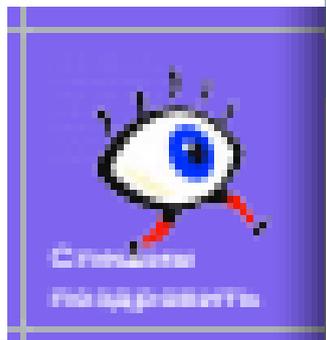
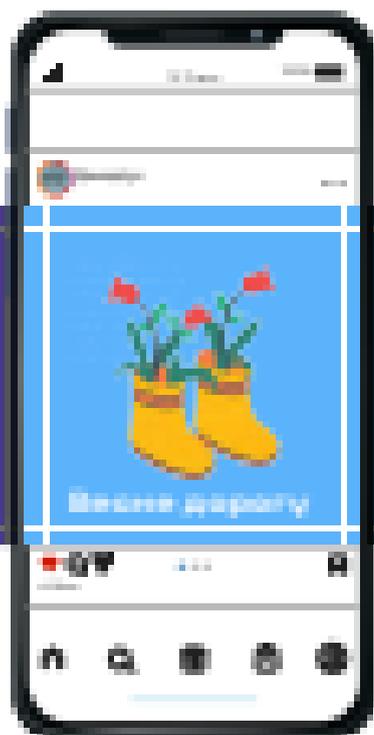
и адаптивности (фотокартала)



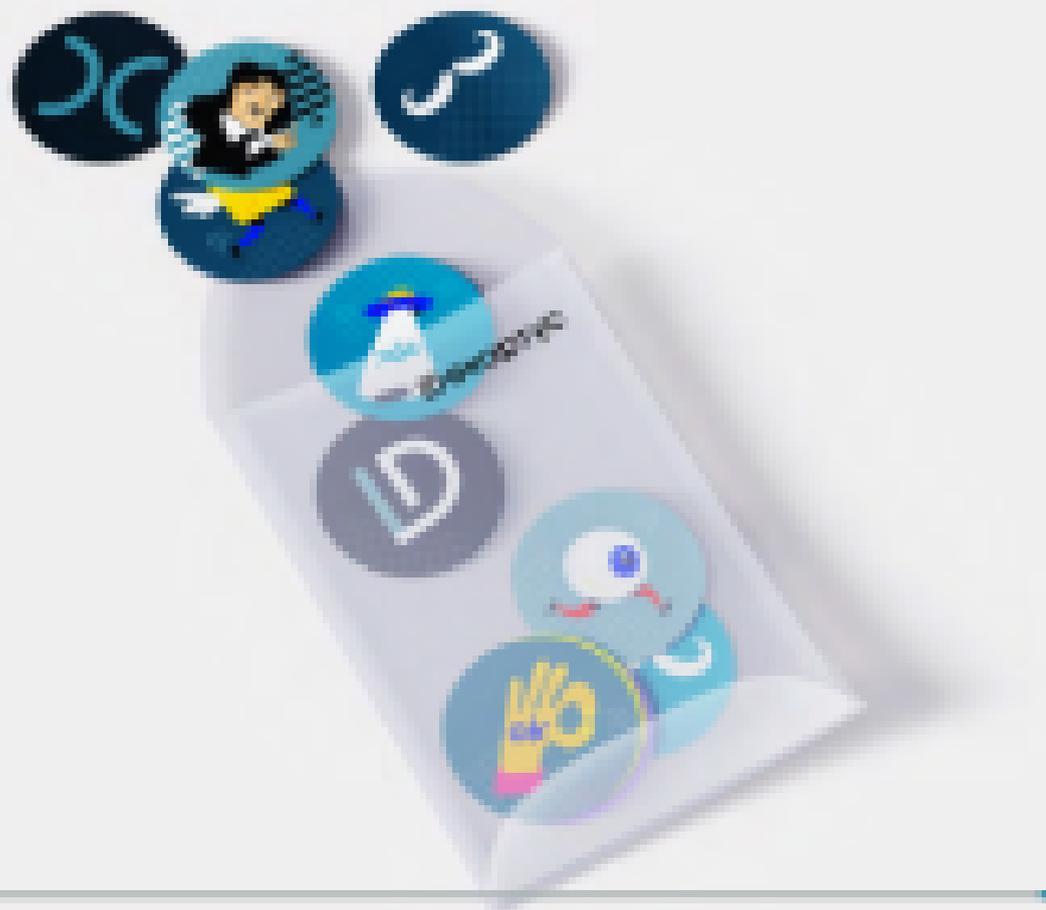
Интерфейс должен включать основные элементы для того, чтобы пользователи могли легко ориентироваться в приложении. Интерфейс должен быть простым, удобным и понятным. Интерфейс должен быть адаптированным к разным устройствам. Интерфейс должен быть удобным для использования. Интерфейс должен быть простым и понятным. Интерфейс должен быть удобным и понятным. Интерфейс должен быть простым и понятным.

Оформление социальных сетей

концепция и иллюстрация







4.4 Оформление помещений

4.4.1 | Дизайн на этапе концепции пола

4.4.2 | Подполы Ресел Драйвс и полки

Важно отметить, что при проектировании подполья необходимо учитывать не только функциональные требования, но и эстетические аспекты. Подполье должно быть не только прочным и долговечным, но и выглядеть привлекательно. Для этого используются различные материалы и технологии, которые позволяют создать подполье, которое будет гармонично вписываться в интерьер помещения.



Декартус



Благодарим
за уважительное отношение
к нашему бренду

