

Руководство по фирменному стилю торговой марки Лексема

Фирменный стиль - это система идентификации, то с помощью чего потребитель опознает компанию, услугу, товар.

Главная цель этого руководства - обеспечить стилистическое единство документации, рекламы, сувенирной продукции и прочих носителей марки «Лексема», вне зависимости от того, кем и где они производятся. Второстепенной задачей является выработка правил и принципов оформления носителей марки.

В случаях когда затруднительно выполнить условия данного руководства, или возникает вопрос по использованию на неопisanном рекламном носителе, надлежит обратиться в ООО фирму Экософт обладателю торговой марки «Лексема».

Адрес ООО фирма Экософт:
450043, г. Уфа,
респ. Башкортостан,
ул. Фронтовых бригад, д. 48/5

☎ (3472) 395-577

Описание фирменного стиля ООО фирмы «Экософт» – «Лексема»

ЛЕКСЕМА (от греч. *lexis* – слово, выражение), слово, рассматриваемое как единица словарного состава языка в совокупности всех его конкретных грамматических форм и выражающих их флексий, а также всех возможных значений (смысловых вариантов); абстрактная двусторонняя единица словаря. Представляя собой совокупность форм и значений, свойственных одному и тому же слову во всех его употреблениях и реализациях, лексема характеризуется как формальным, так и смысловым единством.

Лексемами в программировании называются минимальные значимые единицы текста в программе, написанной на Конструкторе Исполнителей. Они представлены такими категориями как специальные символы, идентификаторы, числа и строковые константы.

Лексема программа ООО фирмы Экософт - это часть чего-то целого, живого, растущего, эволюционирующего. Лексема - это яркие нестандартные решения, раскрывающие пути реализации сложных задач и самых смелых замыслов. Лексема - это взаимодействие двух живых структур, приводящее к взаимной гармонии и росту. Лексема это всегда попадание точно в цель и гарантия реализации планов.

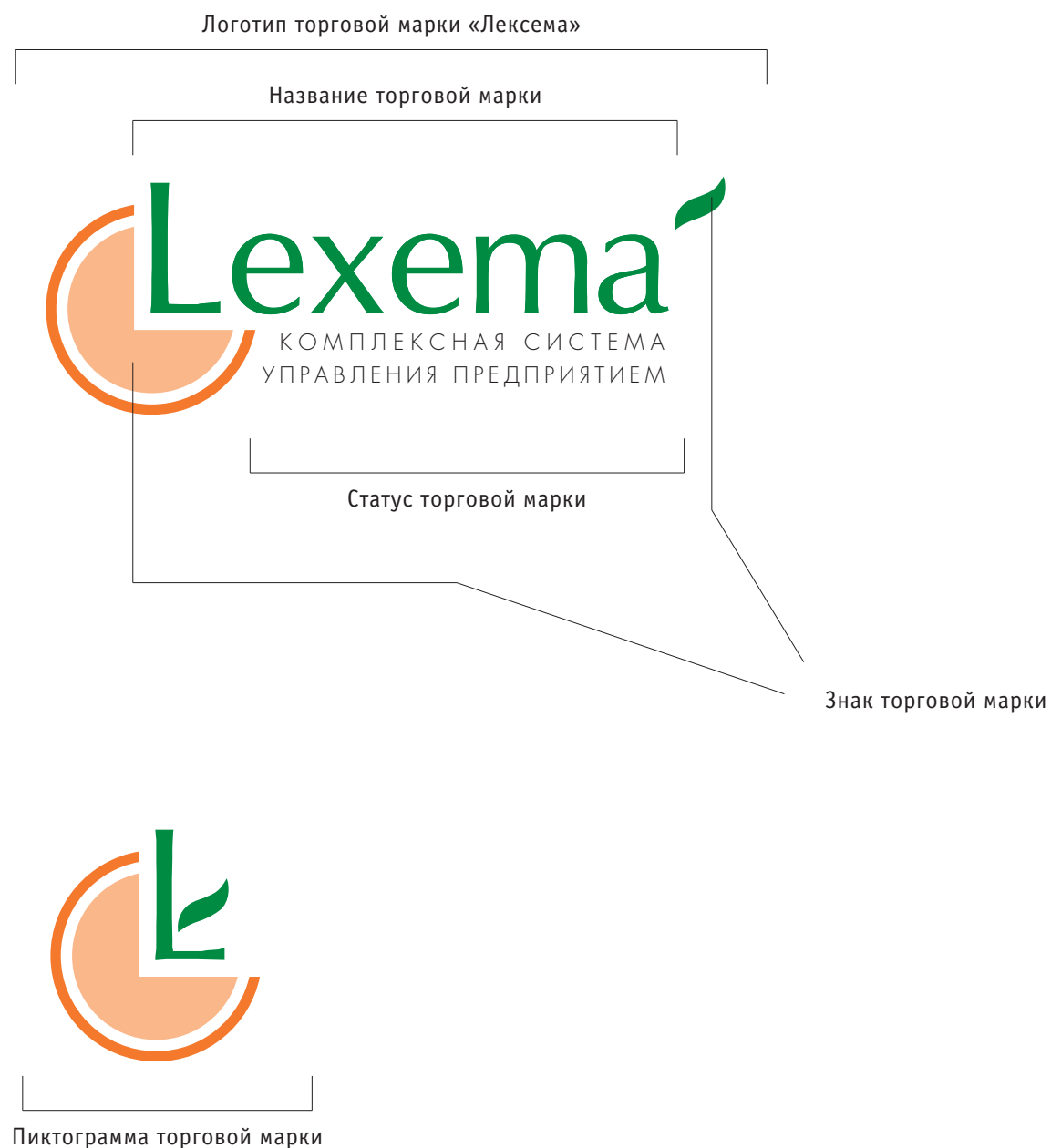
1. Элементы фирменного стиля.

1.1 Логотип

1.2 Фирменный цвет

1.3 Фирменные шрифты

1.1 Логотип. Состав.



Логотип торговой марки «Лексема» состоит из знака, названия и статуса скомпонованных в определенном порядке и пропорциях.

Знак торговой марки состоит из двух частей - это стилистическое изображение сечения апельсина с вписанной в его центр заглавной латинской буквы L и декоративным изображением листочка растения. Знак символизирует единение живого апельсина (растения) с живой системой лексема. Принадлежность системы лексема к живым растущим организмам показывает листочек расположенный в конце слова и являющийся его продолжением и неотъемлемой частью.

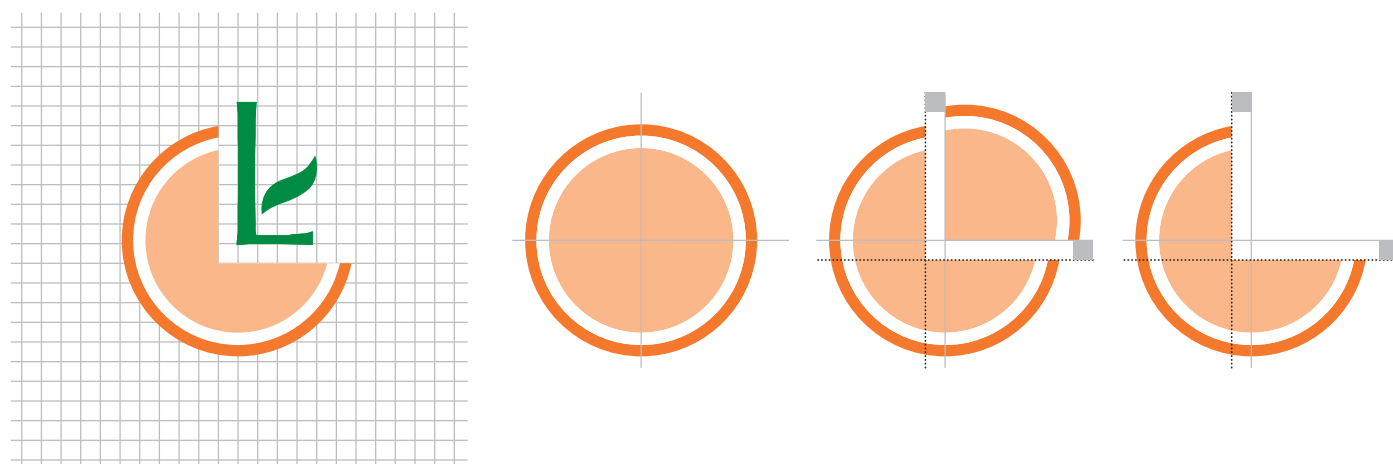
Название торговой марки - это графическое начертание слова лексема латинскими буквами. Искать сходство или точное значение слова на других языках, например английском, не нужно. Расценивать название необходимо как графическое изображение и читать следует как лексема. Значение этого слова дано выше.

Статус торговой марки состоит из предложения «Комплексная система управления предприятием» которая показывает направленность деятельности торговой марки и определяет решаемые ей задачи.

Пиктограмма торговой марки представляет собой сокращенную версию логотипа, без полного названия. Основное предназначение пиктограммы - использование для идентификации торговой марки в программах и приложениях, там где полное отображение логотипа не возможно или неоправдано.

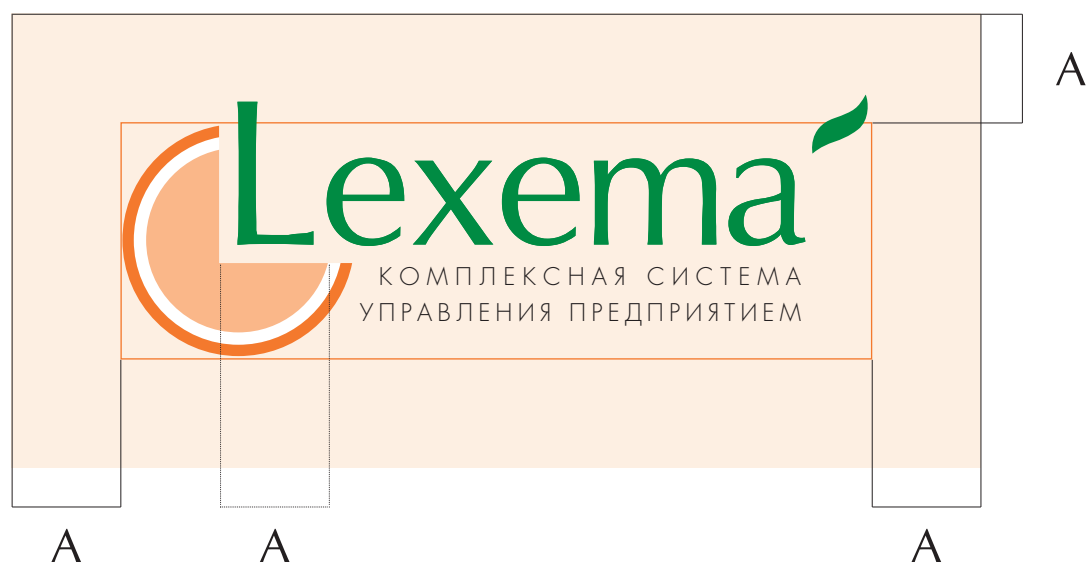
Логотип является основным элементом оформления фирменного стиля и идентификации торговой марки. Порядок размещения и пропорции элементов логотипа не могут быть изменены. Все организации имеющие право на использование торговой марки «Лексема», должны иметь электронные версии логотипа и правил его использования.

1.1 Логотип. Принцип построения.

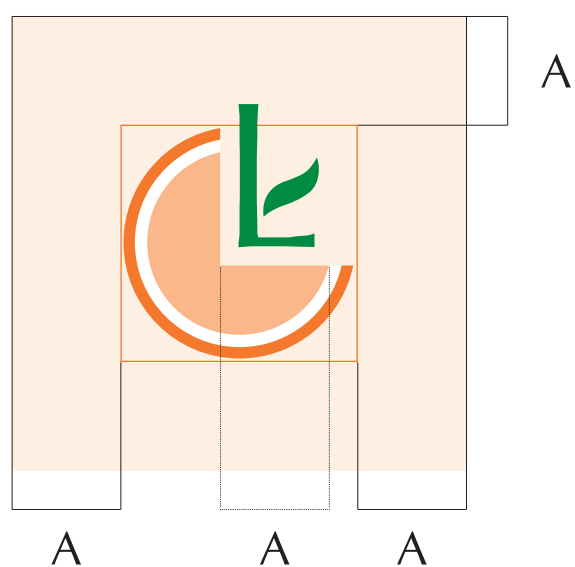


1.1 Логотип. Воспроизведение.

а) логотип



б) пиктограмма

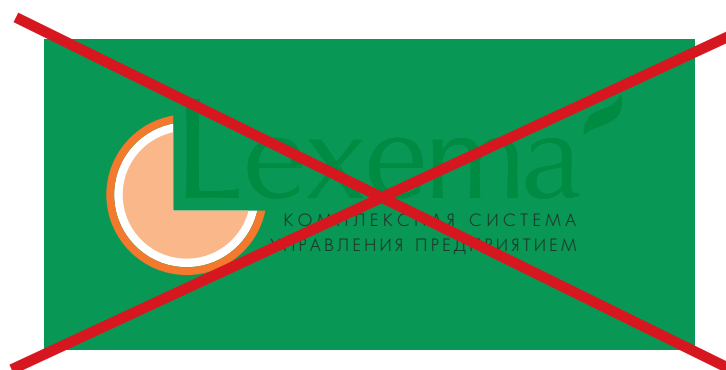


При использовании логотипа на каких-либо фонах, в верстке полиграфических макетов и т.п. вокруг него должно быть оставлено поле, свободное от текста, символов и каких либо значимых изображений. Размер «свободного поля» исчисляется из пропорций показанным выше. Кроме того размер А это самое короткое расстояние до обрезного поля. Делать отступ менее размера А нельзя. Увеличение отступов и свободного поля может быть произвольным если это продиктовано желанием

выделить логотип, но оно должно быть пропорциональным величине А. Неравное по периметру «свободное поле» не допустимо.

Уменьшение величины отступа в пиктограмме допустимо только при использовании в программном продукте.

1.1 Логотип. Воспроизведение. Допустимые и не допустимые варианты отображения.



В левой колонке показаны допустимые варианты изображения логотипа, в правой колонке не допустимые. Общее правило одно логотип должен помещаться на светлом, преимущественно белом фоне. Для размещения на темном фоне предусмотрен только один вариант. В этом случае

логотип отображается в две краски - белая и оранжевая (смотри главу фирменные цвета). Темный цвет должен быть нейтральным (без оттенков какого либо цвета) и плотным, значительно плотнее оранжевого по тону.

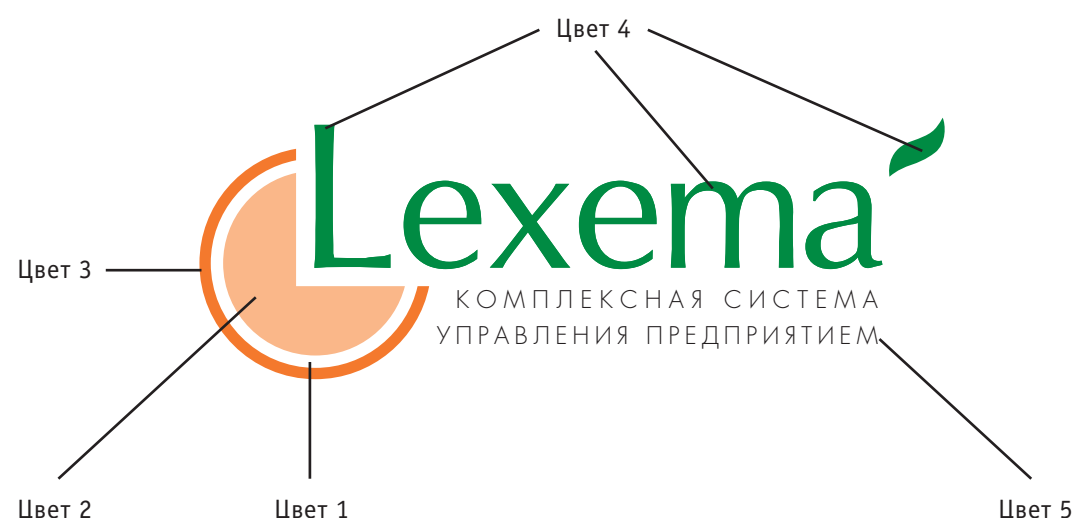
1.1 Логотип. Воспроизведение. Возможные используемые типоразмеры логотипа.





Размеры логотипа на этой странице приведены в процентах, от базового размера. Базовый логотип находится в файле на диске. Размеры рекомендованные здесь можно сразу использовать для выпуска необходимой продукции, они подготовлены с условием компоновки и общего веса логотипа для каждого элемента фирменного стиля. Из приведенной таблицы видно что логотип нельзя


отображать размером менее 30% от базового, кроме того в этом случае предусмотрено только три варианта написания. В остальных случаях логотип в зависимости от задач может быть напечатан всеми описанными допустимыми вариантами отображения.


1.2 Фирменный цвет.




 Цвет 1 - это белый цвет он призван имитировать, в стилистическом изображении апельсина, неокрашенную часть корочки, разделяющую ярко оранжевую кожуру от сочной мякоти фрукта. Он всегда должен быть белым (отдельная краска) и разделять цвета 2 и 3, за исключением печати логотипа на бумагах или поверхностях имеющих слабый пастельный розоватый, желтоватый оттенок или чисто белых бумагах. Примером бумаги с оттенком может служить GMUND ALEZAN цвет Daím, Lama.

 Цвет 2 - это оранжевый цвет имитирующий мякоть апельсина. При любых способах печати кроме печати заказными красками этот цвет достигается путем печати 50% сетки на основе цвета 3. При шелкографской печати или печати заказными красками цвет 2 по Pantone имеет значение Pantone 149 C. Для отображения цвета 2 на мониторе RGB значения соответственно 255:170:125.

 Цвет 3 - это оранжевый цвет имитирующий окрашенную часть корочки апельсина. При печати триадными красками CMYK значения соответственно 0:65:93:0. При шелкографской печати или печати заказными красками цвет 3 по Pantone имеет значение Pantone Orange 021 C. Для отображения цвета 3 на мониторе RGB значения соответственно 255:80:0.

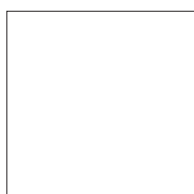
 Цвет 4 - это сочный зеленый цвет имитирующий цвет листьев взрослого, крепкого растения. При печати триадными красками CMYK значения соответственно 100:0:100:20. При шелкографской печати или печати заказными красками цвет 4 по Pantone имеет значение Pantone DE 276-1 C. Для отображения цвета 4 на мониторе RGB значения соответственно 0:120:45.

 Цвет 5 - это нейтральный черный цвет. При печати триадными красками CMYK значения соответственно 0:0:0:100. Для отображения цвета 5 на мониторе RGB значения соответственно 0:0:0.

Правильное цветовое отображение логотипа способствует идентификации торговой марки. Использование фирменных цветов в оформлении бумаг подчеркивает фирменный стиль и усиливает

персонализацию. Правила пользования фирменными цветами указанные выше для различных способов отображения не могут быть изменены.

1.2 Фирменный цвет.



Цвет 1

CMYK - 0:0:0:0
Pantone - нет
RGB - 255:255:255



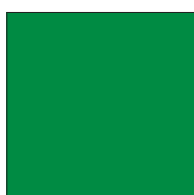
Цвет 2

CMYK - 0:33:47:0
Pantone - Pantone 149 C
RGB - 255:255:255



Цвет 3

CMYK - 0:65:93:0
Pantone - Pantone Orange 021 C
RGB - 255:170:125



Цвет 4

CMYK - 100:0:100:20
Pantone - Pantone DE 276-1 C
RGB - 0:120:45



Цвет 5

CMYK - 0:0:0:100
Pantone - нет
RGB - 0:0:0

Правильное цветовое отображение логотипа способствует идентификации торговой марки. Использование фирменных цветов в оформлении бумаг подчеркивает фирменный стиль и усиливает

персонификацию. Правила пользования фирменными цветами указанные выше для различных способов отображения не могут быть изменены.

1.3 Фирменные шрифты.

Шрифт 1 – Oral-Univer

Используется в логотипе - слово Lexema, для написания заголовков и выделения особо важных частей текста. Этот шрифт подчеркивает индивидуальность и деловой, основательный стиль компании.

Кириллическое написание

! » % : , . ; () _ +

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - =
Й Ц У К Е Н Г Ш Щ З Х Ъ
Ф Ы В А П Р О Л Д Ж Э
Я Ч С М И Т Ь Б Ю /

й ц у к е н г ш щ з х ъ
ф ы в а п р о л д ж э
я ч с м и т ь б ю /

Латинское написание

! @ # \$ % ^ & * () _ +

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - =
Q W E R T Y U I O P [] \
A S D F G H J K L ; ' \
Z X C V B N M , . /

q w e r t y u i o p [] \
a s d f g h j k l ; ' \
z x c v b n m , . /

Шрифт 2 – OfficinaSansC-Book

Используется как основной шрифт для написания текста. Этот хорошо читаемый шрифт позволяет легко и быстро знакомиться с представленным текстом, тем самым не отвлекая внимания от заложенных в тексте идей.

Фирменные шрифты используются в соответствии с обозначенными для них функциями по требованиям и стандартам современной верстки документов. Использование сторонних шрифтов

Кириллическое написание

! » % : , . ; () _ +

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - =
Й Ц У К Е Н Г Ш Щ З Х Ъ
Ф Ы В А П Р О Л Д Ж Э
Я Ч С М И Т Ь Б Ю /

й ц у к е н г ш щ з х ъ
ф ы в а п р о л д ж э
я ч с м и т ь б ю /

Латинское написание

! @ # \$ % ^ & * () _ +

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - =
Q W E R T Y U I O P [] \
A S D F G H J K L ; ' \
Z X C V B N M , . /

q w e r t y u i o p [] \
a s d f g h j k l ; ' \
z x c v b n m , . /

Шрифт 3 – Favorit Book

Используется в логотипе в статусе торговой марки - «комплексная система управления предприятием». Этот легкий шрифт призван ненавязчиво, легко и графично (как две декоративные подчеркивающие название торговой марки полосы) обозначить статус фирмы. Более чем в логотипе использование этого шрифта далее нигде не предусмотрено.

при оформлении документов, логотипа или других элементов фирменного стиля недопустимо.

2.1 Фирменный бланк. Оформление типового письма.



Директору Уфимского
полиграфкомбината
Биккулову Ш.Р.

450006, Проспект Октября, 2

Уфа, 05.01.2005

От фирмы «ЭкоСофт»
Количество страниц: 1

телефон (3472) 38-86-52

факс (3472) 39-55-77

ПИСЬМО

Просим осуществить печать календаря на 2005 год размером 600ммХ330мм тиражом 500 штук и открыток форматом 210ммХ110мм тиражом 1500 штук на печатной машине Гейдельберг спидмастер. Бумага мелованная матовая плотностью 250г/м2. Печать произвести в четыре краски. Электронный макет предоставляем, оплату гарантируем. Печать произвести не позднее 28 декабря 2004 года.

С наилучшими пожеланиями,

Тимошин В.А.
директор фирмы «ЭкоСофт»

2.1 Фирменный бланк. Оформление типового договора.



ДОГОВОР №253

от 05.01.2005, г. Уфа

Индивидуальный предприниматель Дунаев Юрий Александрович именуемый в дальнейшем «Исполнитель» с одной стороны, и ООО фирма «ЭкоСофт» именуемое в дальнейшем «Заказчик», в лице директора Тимошина Виктора Александровича действующее на основании устава, с другой стороны, заключили настоящий Договор на трех страницах о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Настоящий Договор регулирует общие принципы взаимодействия Сторон, их права, обязанности и ответственность, возникающие в ходе исполнения предмета Договора.

1.2. Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанности по созданию электронного макета брошюры технической документации к программному комплексу "Лексема" в составе:

1.2.1 Подбор и создание визуального ряда.

1.2.2 Разработка дизайна макета издания.

2. Права и обязанности сторон

2.1. Права и обязанности Сторон по настоящему Договору, а также все вопросы, не урегулированные настоящим договором, регламентируются действующим законодательством.

2.2. Заказчик:

2.2.1. Передает Исполнителю исходные данные для создания макета, обеспечивает контакты с сотрудниками и фирмами партнерами.

2.2.2. Обязуется оплатить услуги Исполнителя в соответствии с условиями настоящего Договора.

2.3. Исполнитель принимает на себя обязанности по качественному выполнению работ, подробно оговоренных в пп.1.2 и в сроки, оговоренные и согласованные в п.3.

3. Сроки выполнения договора

3.1 Все работы по настоящему договору выполняются в течении 25 рабочих дней со дня получения оплаты.

2.3. Исполнитель принимает на себя обязанности по качественному выполнению работ, подробно оговоренных в пп.1.2 и в сроки, оговоренные и согласованные в п.3.

2.4. Исполнитель приступает к выполнению заказа при условии тридцати процентной предоплаты.

ООО Фирма «ЭкоСофт»

450043, Республика Башкортостан, г.Уфа, ул.Фронтовых Бригад, 48/5, тел. (3472) 38-86-52
<http://www.economicsoft.ru>, e-mail: ipeco@ufanet.ru

2.1 Фирменный бланк. Оформление типового факса.



Факс

Издательство «STURM»/Дунаеву Ю.А.

Fax no (3472) 300-258

От ООО «ЭкоСофт»

Fax no (3472) 395-577

Факс передается на 1 странице

date 16.01.2005

В случае если факс не прошел полностью позвоните по телефону (3472) 39-55-77

ПИСЬМО

Просим осуществить печать календаря на 2005 год размером 600ммХ330мм тиражом 500 штук и открыток форматом 210ммХ110мм тиражом 1500 штук на печатной машине Гейдельберг спидмастер. Бумага мелованная матовая плотностью 250г/м2. Печать произвести в четыре краски. Электронный макет предоставляем, оплату гарантируем. Печать произвести не позднее 28 декабря 2004 года.

С наилучшими пожеланиями,

Тимошин В.А.
директор фирмы «ЭкоСофт»

2.2 Визитка.



2.3 Бэджа.



2.4 Конверт.



ООО Фирма «ЭкоСофт»

450043, г. Уфа,
респ. Башкортостан,
ул. Фронтовых бригад, д. 48/5

ГУП Уфимский Полиграфкомбинат
Директору Биккулову Ш.Р.

450001, г. Уфа,
респ. Башкортостан,
пр. Октября, д. 2

<http://www.economicsoft.ru>, e-mail: ipeco@ufanet.ru

2.5 Конверт под компакт диск.

