



КОРПОРАТИВНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НЛМК

ВИЗУАЛЬНАЯ АЙДЕНТИКА

Представляем вам новые гайд-лайны визуального языка бренда корпоративного университета НЛМК
Бренд университета является важным активом и воплощается в том, как мы выглядим и как говорим.

Обновленный визуальный язык отражает возможности для роста и развития, которые дает корпоративный университет. С помощью визуальных элементов мы создаем современную, прогрессивную атмосферу, в которой идеи становятся реальностью.

Новый визуальный элемент «динамическая лестница», обновленные фирменные цвета, новый стиль фотоизображений, - все это представляет собой гибкую систему фирменных элементов, позволяющую создавать коммуникационные материалы для наших соискателей и внешней аудитории.

СОДЕРЖАНИЕ

Фирменные визуальные элементы

- Знак/ Логотип
- Фирменный графический элемент «динамическая лестница»
- Основные фирменные цвета
- Дополнительные фирменные цвета
- Фирменные шрифты

Стилистика фотоизображений

- Работа в команде
- Портрет
- Производство

Применение фирменного визуального языка на материалах корпоративного университета

- Фирменные флаги
- Обои на экран компьютера
- Сертификаты корпоративного университета
- Пресс – волл
- Рекомендации для оформления презентаций

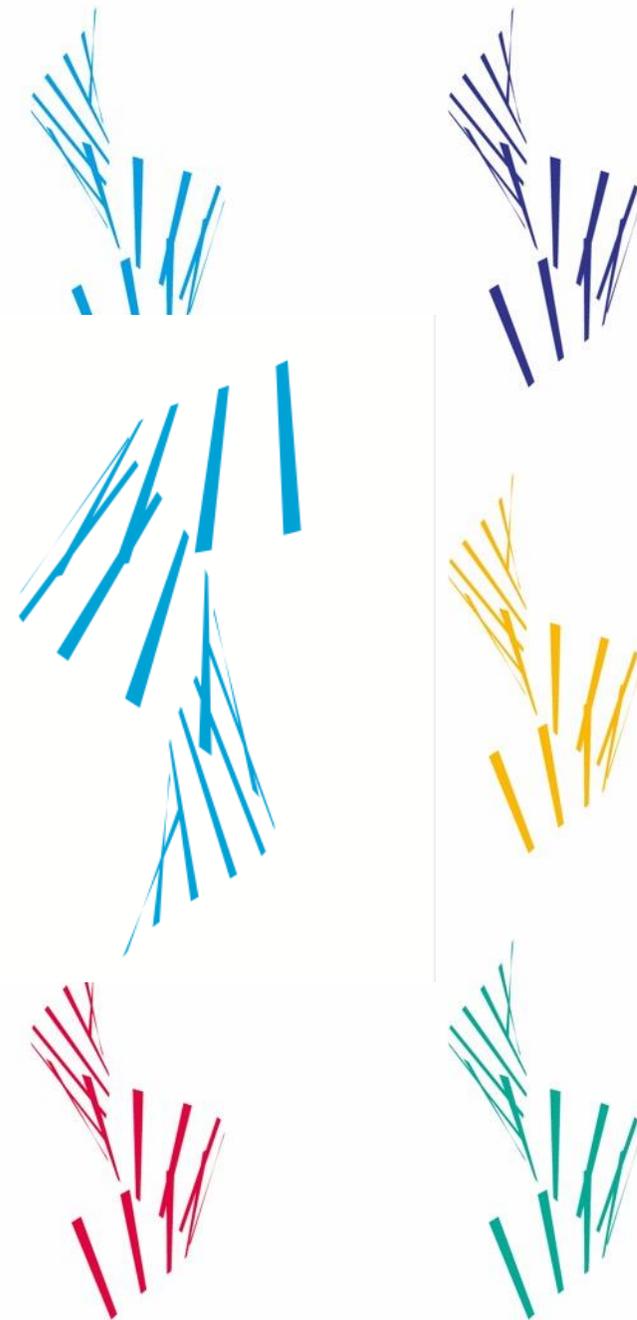
ФИРМЕННЫЕ ВИЗУАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ЗНАК/ЛОГОТИП



Константой фирменного стиля является знак/логотип Корпоративного Университета. Сам логотип остался без изменений, был внесен цветовой акцент в знак, - последняя ступенька лестницы может менять цвет в зависимости от профиля образовательной программы.

НОВЫЙ ФИРМЕННЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ

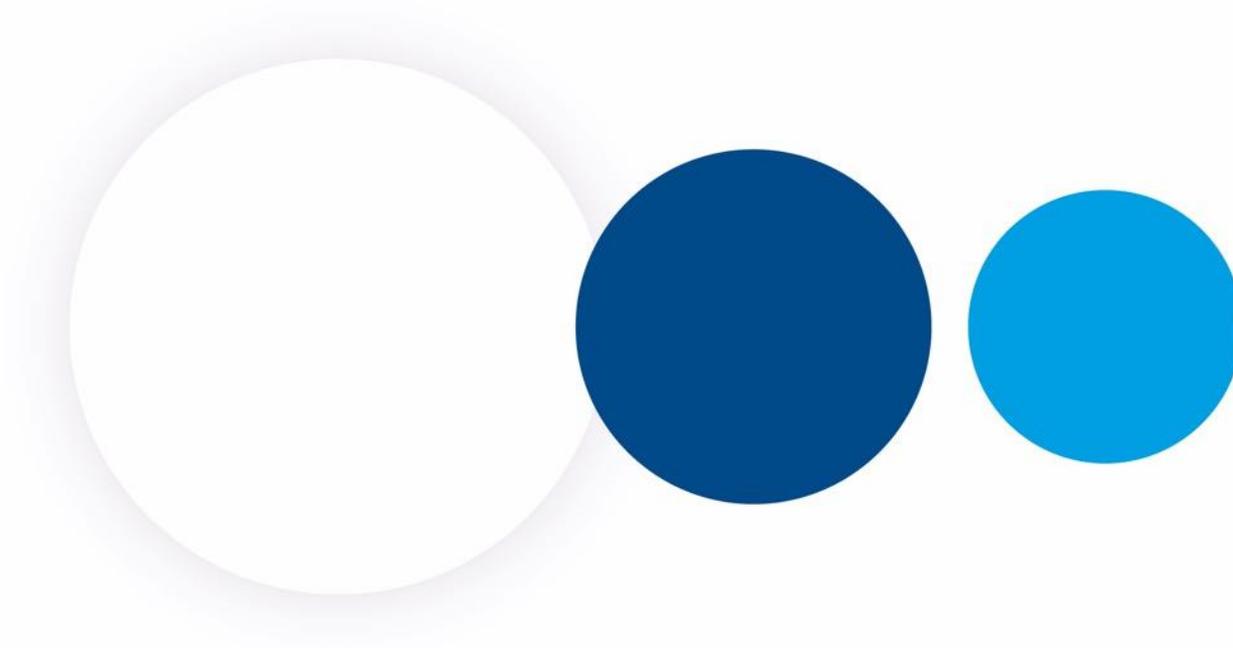


Новым фирменным визуальным элементом стала «динамическая лестница», как развитие ступеней из знака.

Динамический визуальный элемент позволяет создать более современный, инновационный образ бренда университета.

Цвет лестницы может меняться в зависимости от программы.

ОСНОВНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



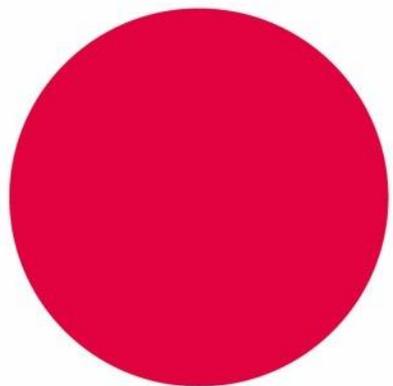
Наши основные фирменные цвета:

- экспертный белый, который включает в себя все цвета спектра и отражает многообразие учебных программ и методик обучения корпоративного университета
- фирменный синий цвет материнского бренда НЛМК
- современный циан в качестве акцентного

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

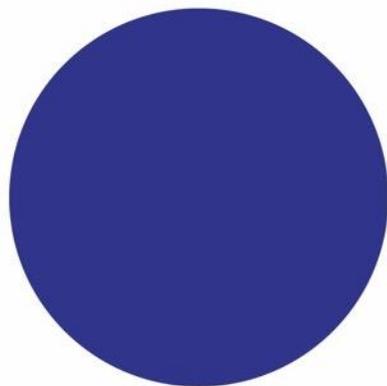
Основным направлениям деятельности университета присвоены свои фирменные цвета:

**СТРАТЕГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
СТОИМОСТЬЮ**



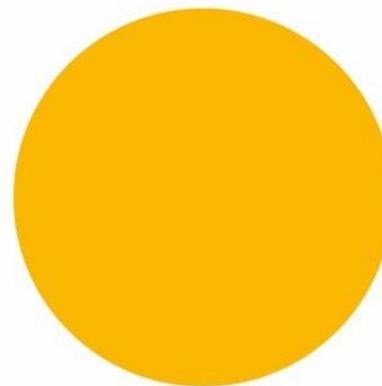
лидер
энергичный
активный

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
СИСТЕМА**



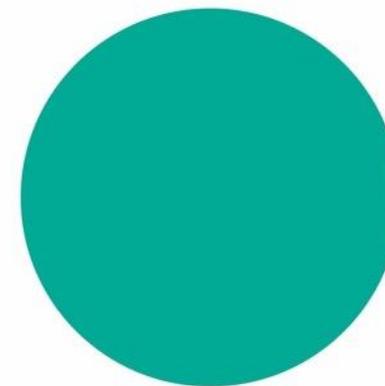
устойчивый
деловой
уравновешенный

ЛЮДИ И КОМАНДЫ



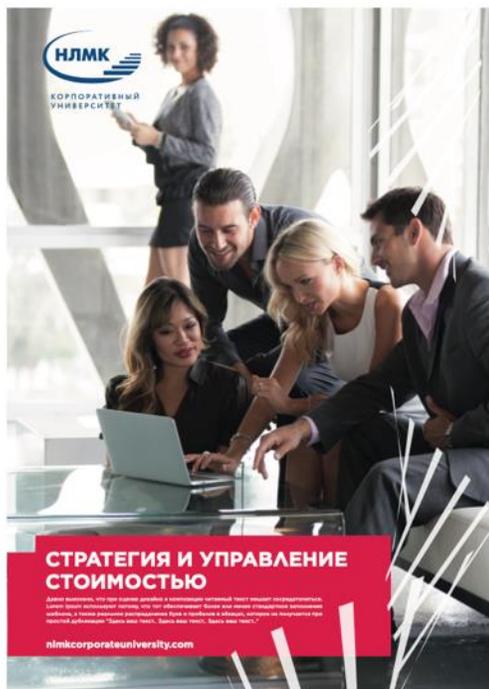
позитивный
теплый
деятельный

**ИННОВАЦИИ И
ИЗМЕНЕНИЯ**



свежий
растущий
перспективный

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТОВ ДЛЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ КОММУНИКАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ



ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТОВ ДЛЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ КОММУНИКАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ



ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТОВ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ РРТ



TITLE OF PRESENTATION PPT

PRESENTATION SUBTITLE

00



1.2 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT



TEXT HERE

But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Itaque earum rerum hic tenetur a sapiente delectus, ut aut nesciendis voluptatibus maiores alias consequatur aut perferendis doloribus asperiores repellat.

00

1.6 PRODUCTION SYSTEM



TEXT HERE

But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?



00

1.5 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT



TEXT HERE

But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?



00

2.0 STRATEGY AND MANAGEMENT COST

SEPARATOR



00



1.4 INNOVATIONS AND CHANGES



INNOVATIONS AND CHANGES

But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?

No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure.

To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?

00

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АКЦЕНТНОГО ЦВЕТА



ОСНОВНАЯ ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА

Gotham

Gotham Thin / *Gotham Thin Italic* / Gotham Extra Light / *Gotham Extra Light Italic* / Gotham Light / *Gotham Light Italic*
Gotham Book / *Gotham Book Italic* / **Gotham Medium** / *Gotham Medium Italic* / **Gotham Bold** / ***Gotham Bold Italic***
Gotham Black / ***Gotham Black Italic*** / **Gotham Ultra** / ***Gotham Ultra Italic***

СИСТЕМНАЯ ШРИФТОВАЯ ГАРНИТУРА

Verdana

Verdana Regular / *Verdana Regular Italic* / **Verdana Bold** / ***Verdana Bold Italic***

СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ

СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ

Как и графические элементы, стиль фотоизображений создает уникальный визуальный язык бренда. Стиль фотоизображений корпоративного университета НЛМК передает позитивную атмосферу, в которой есть все возможности для роста и развития каждого.

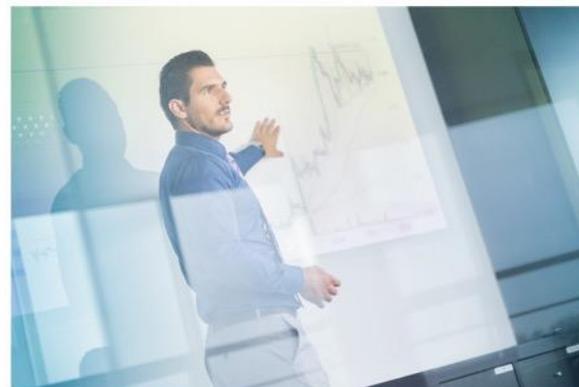
В наших фотоизображениях много света и воздуха, прозрачности и легкости. Основное внимание в фотоизображениях на человеке. Люди могут быть сняты как на производстве, так и в офисе, и в университете. В одежде может присутствовать как деловой стиль, так и менее формальный.

СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ РАБОТА В КОМАНДЕ



На фото основной фокус на людей, которые не смотрят в кадр, а находятся в процессе обсуждения и работы. На заднем плане офисные пространства, много стекла, воздуха и света. Сам бэкграунд может быть не четким, все внимание на людей.

СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ ПОРТРЕТ



На портретном фото - фокус на человеке и его эмоциях. Люди могут смотреть в кадр или быть засняты в процессе своей работы. Задний план не важен, должно считываться пространство офиса или университета

СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ ПОРТРЕТ ПОВСЕДНЕВНЫЙ



Для повседневного портрета важны те же принципы, что и для портрета в офисе. Поскольку люди учатся, они одеты в более неформальном стиле.

СТИЛИСТИКА ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ ПРОИЗВОДСТВО



На производственных фото мы концентрируемся не на производстве, а на человеке и его эмоциях. Применимы те же принципы, что и для портретных фото.

ФИРМЕННЫЕ
ФЛАГИ



CORPORATE UNIVERSITY



МЯГКИЕ ФЛАГИ



ФЛАГИ с жесткой фиксацией



ФИРМЕННЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

ФИРМЕННЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

В дизайне сертификатов использованы разные фактуры стали, чтобы передать дифференциацию разных ступеней обучения.

Фирменный динамический элемент «лестница» является объединяющим элементом сертификата.





СЕРТИФИКАТ

Петрова Светлана Викторовна

УСПЕШНО ОСВОИЛА(А) УЧЕБНЫЙ КУРС КОРПОРАТИВНОГО УНИВЕРСИТЕТА ПАО "НЛМК"

**Влияние управленческих решений
на стоимость компании**

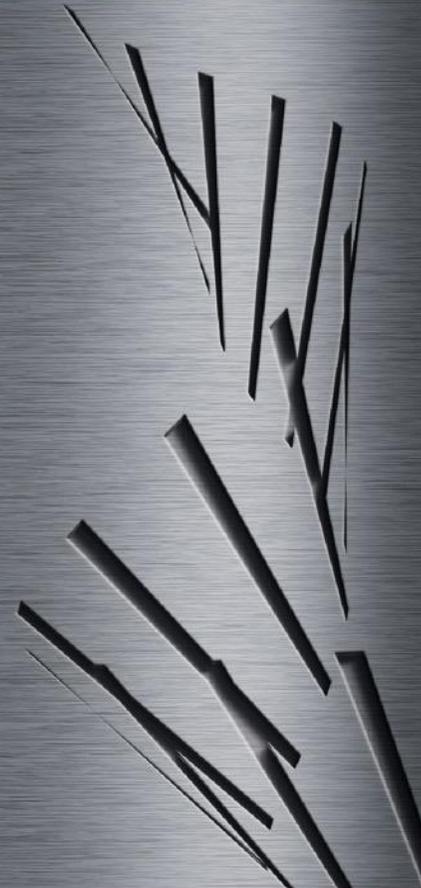
15 декабря 2020

Тренер:

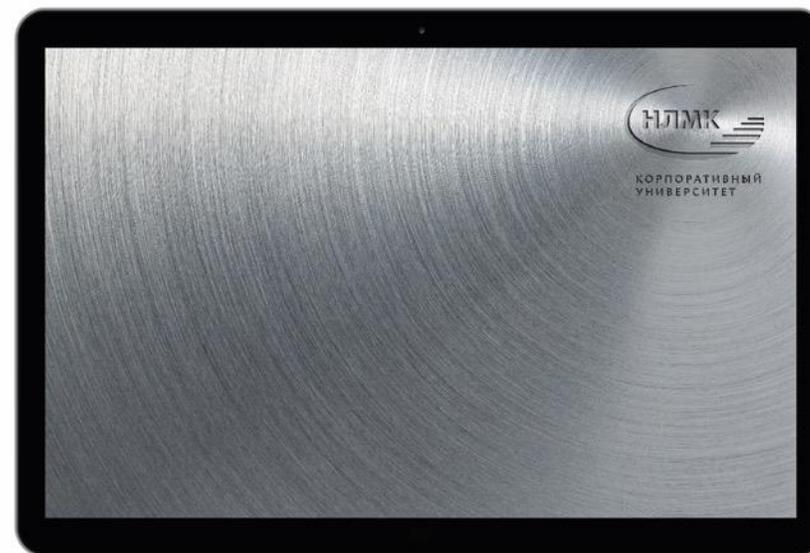
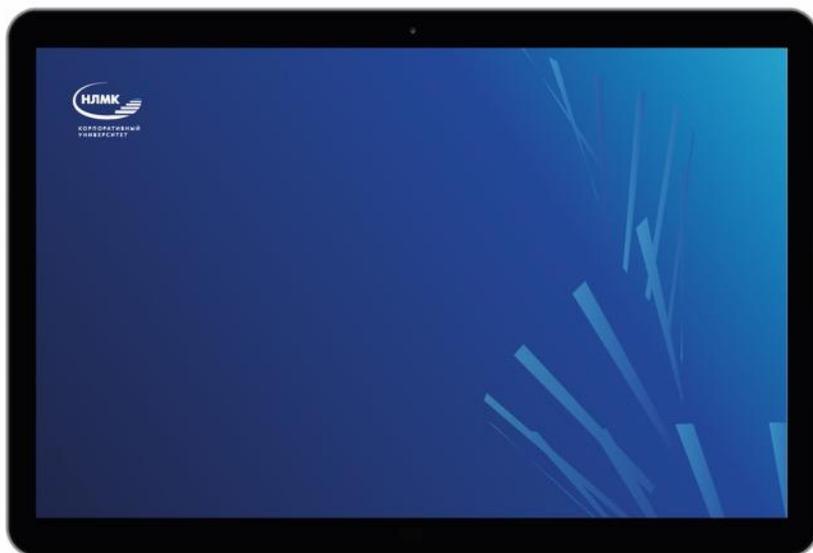
Иванов Василий Петрович

Руководитель Корпоративного университета:

Сатарова Валентина Александровна

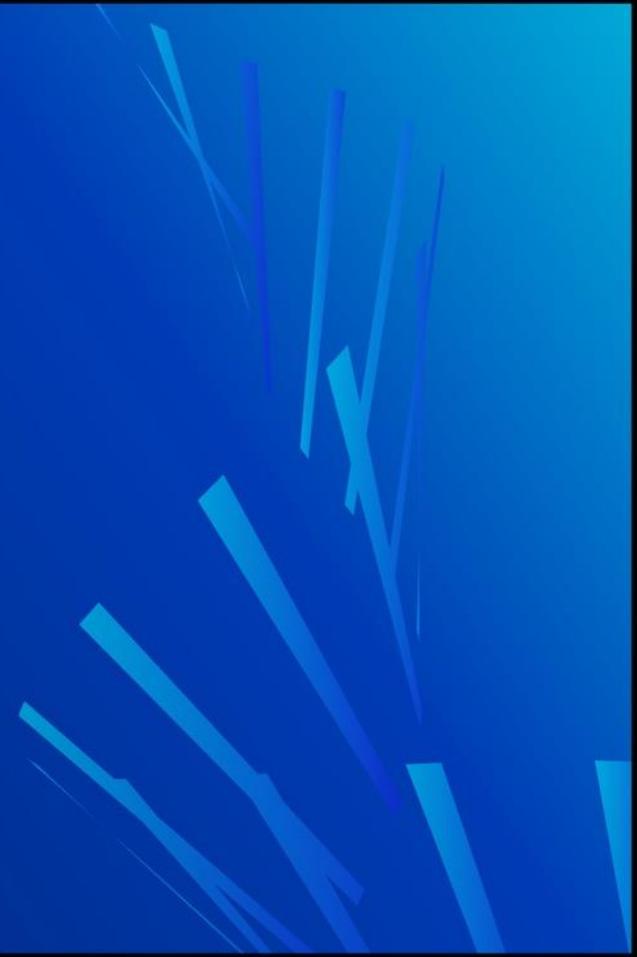


ФИРМЕННЫЕ
ОБОИ





КОРПОРАТИВНИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



ФИРМЕННЫЕ ПРЕСС-ВОЛЛЫ



КОРПОРАТИВНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ



КОРПОРАТИВНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ



CORPORATE UNIVERSITY



CORPORATE UNIVERSITY





ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

