

ЛОГОТИП

informant

informant



infQrmant

infQrmant

infQrmant

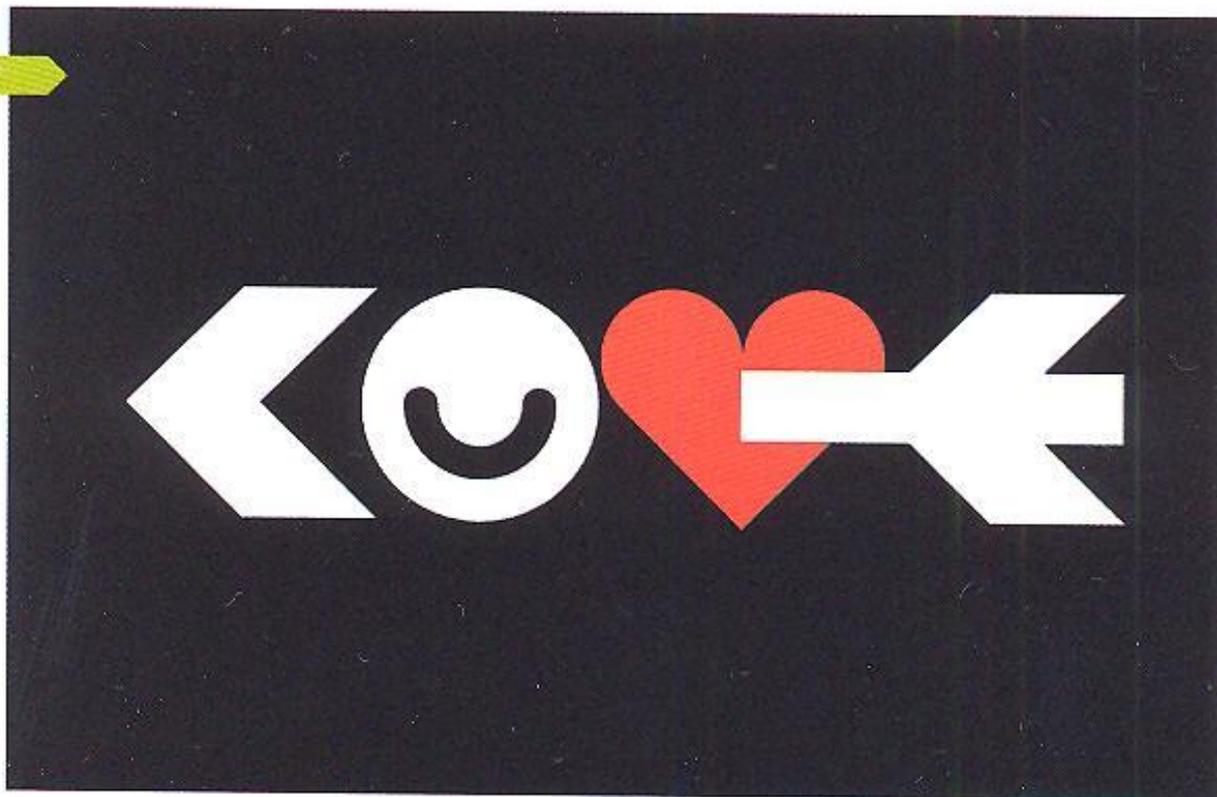
infQrmant

informant

Разработать узнаваемые и выразительные логотип и эмблему для донорской карточки Donorkard (узнаваемо, визуально интересно, хорошо читалось)

01 Заказчик: Love

Дизайн: Grundini



02



ProfessionalCare

02 Заказчик: Professional Care

Дизайн: Grundini



Wolverhampton
Domestic Violence Forum

03/04/05 Заказчик: Wolverhampton
 Domestic Violence Forum

Дизайн: Bright Pink

If you wish to leave, then these organisations can advise you. There are places you can go and live safely

The items on this list are not essential, but if you are planning to leave you may consider taking

Benefit books
 Money
 Bank books & cards
 Driving licence
 Family Photographs
 Birth certificates
 Change of clothes
 Passports/Visas
 Keys
 Child's favourite toy
 Medicines

The National
 Domestic Violence
 Helpline

The Haven
 01902 713001
 Support for women
 suffering domestic violence

713001

24 hours a day

www.havenrefuge.org.uk

Housing &
 Social Services

01902

556556

Mon-Fri 9-5pm

01902

552999

out of hrs

0202

2000247

24hrs

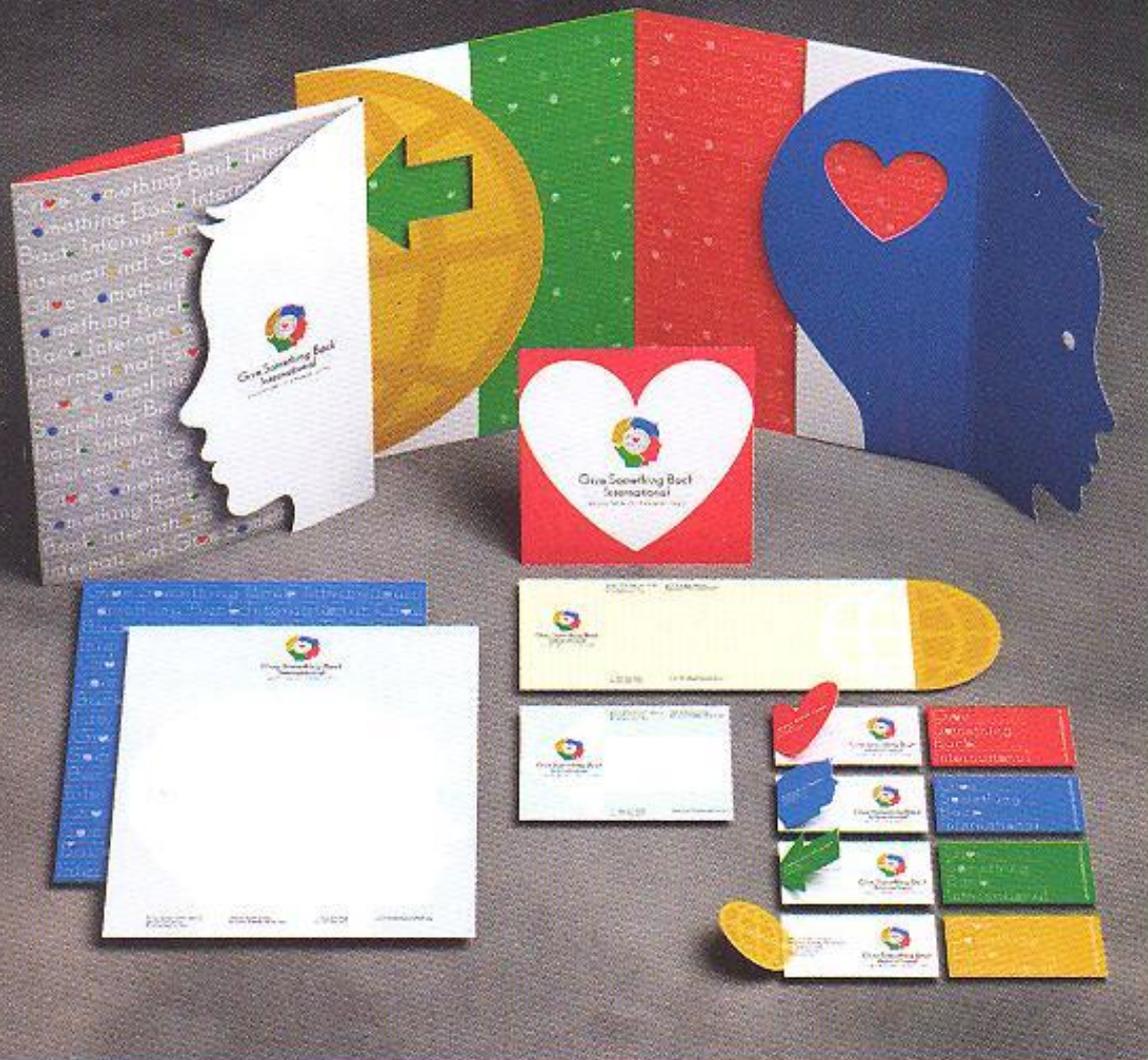
In an emergency dial 999

If you are being abused you may feel alone and unable to make any real decisions

Advice & Support ?

The organisations listed on this card will offer advice and support that may help

01



02



Give Something Back
International

01/02 Заказчик: Give Something Back

Дизайн: Gee+Chung Design

04

b:RAP

Birmingham Race Action Partnership

Promoting diversity and equality
through joint working, community
involvement and positive action

03/04 Заказчик: b:RAP

Дизайн: boing!

03

b:RAP

Birmingham Race Action Partnership

With Confidence

Promoting diversity and equality
through joint working, community
involvement and positive action

100, Colindale Avenue, London NW9 1NS
Tel: 020 8453 2000
www.brap.org.uk

100, Colindale Avenue, London NW9 1NS
Tel: 020 8453 2000
www.brap.org.uk

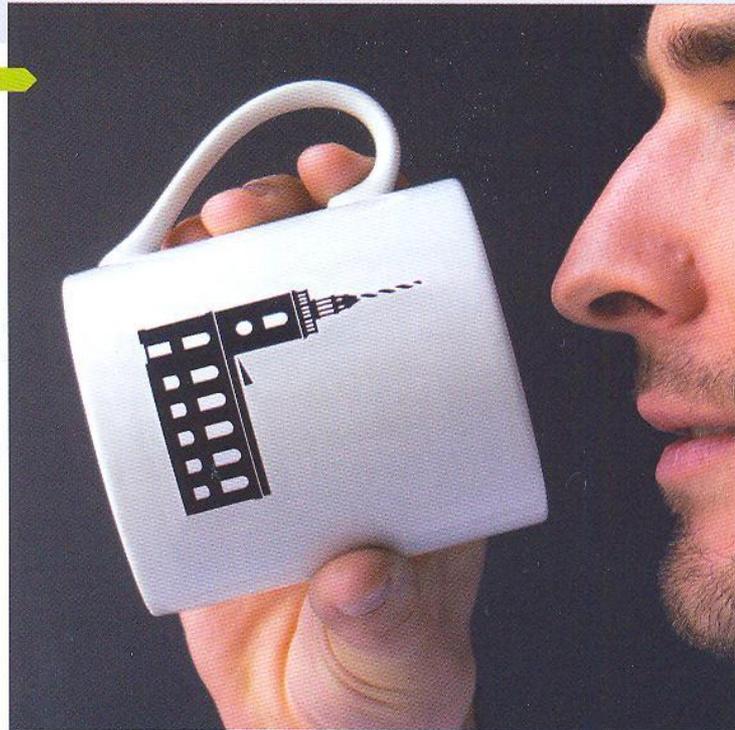
b:RAP

Birmingham Race Action Partnership
100, Colindale Avenue, London NW9 1NS
Tel: 020 8453 2000
www.brap.org.uk

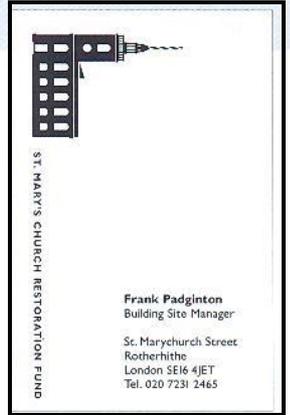
b:RAP

Церковь святой Марии

01



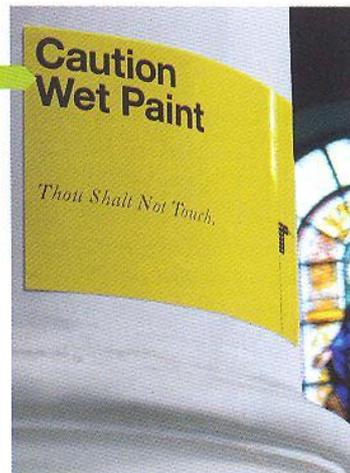
02



01/02/03/04 Заказчик: церковь Святой
Марии, Ротерхайд

Дизайн: Rose Design

03



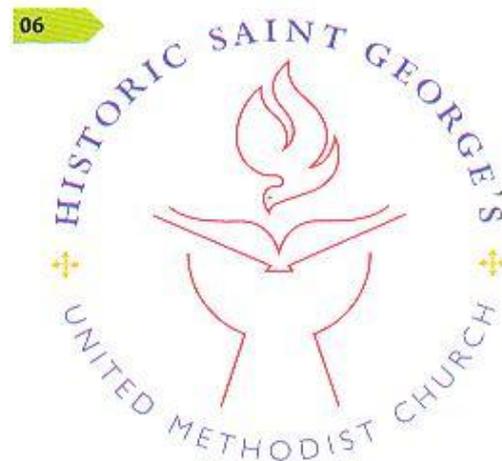
04

Caution Wet Paint

Thou Shalt Not Touch.



Историческая объединенная методическая церковь Святого Георгия



05/06/07/08 Заказчик: Историческая
объединенная методистская церковь
Святого Георгия

Дизайн: Paone Design

HSG

HSG

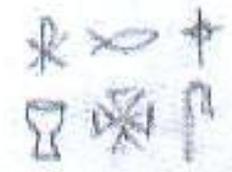
HSG

HSG

HSG



HSG



HSG AΩ Δ

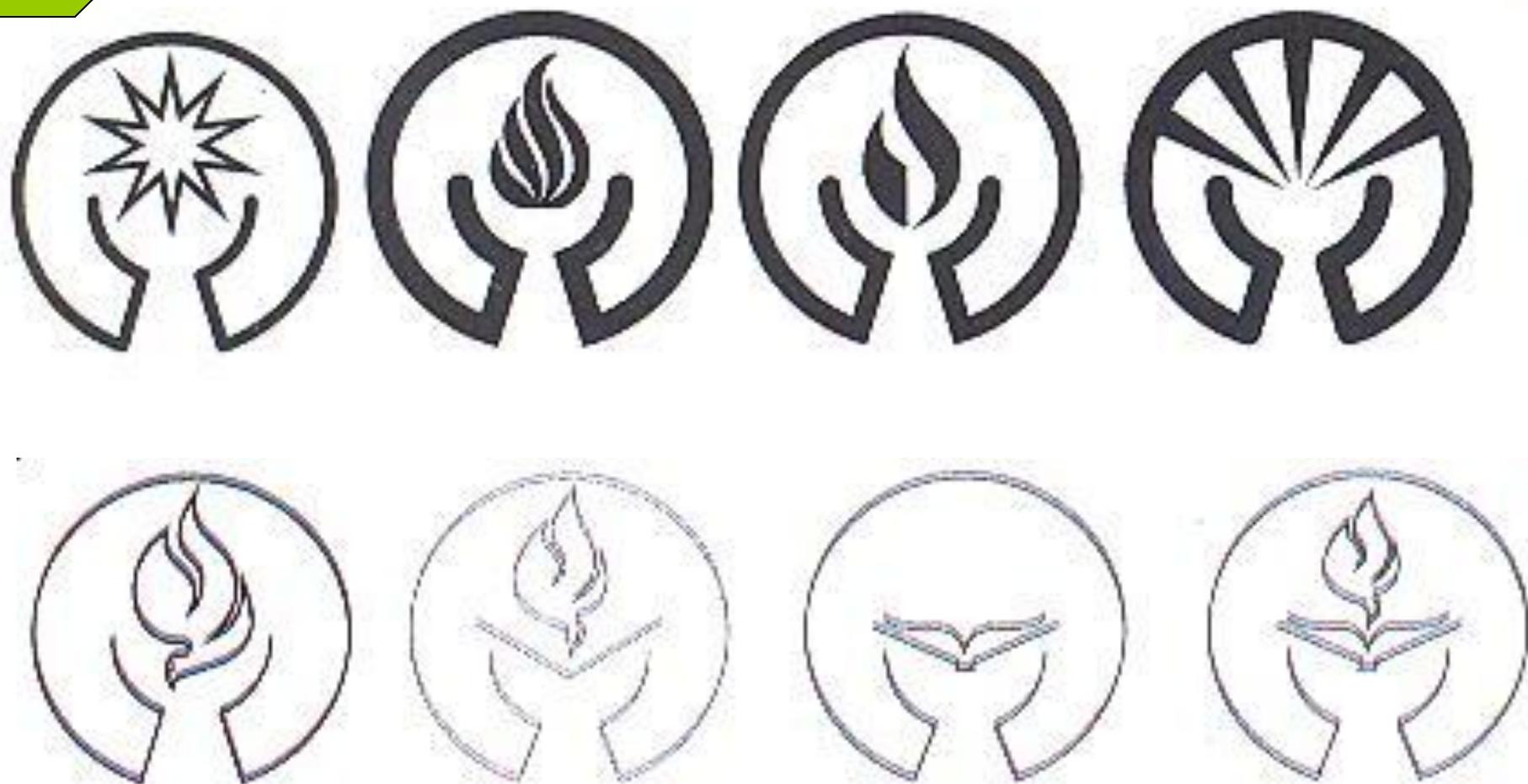


HSG



← united church of christ





Шведский союз писателей

01



02



03



Programa dedicat a la Dècada Internacional d'una
Cultura de Pau i No Violència per als Infants del Món
Programa dedicado al Decenio Internacional de una Cultura
de Paz y No Violencia para los Niños y Niñas del Mundo

01 Заказчик: Шведский Союз писателей

Дизайн: BankerWessel

02 Заказчик: LifeCatching

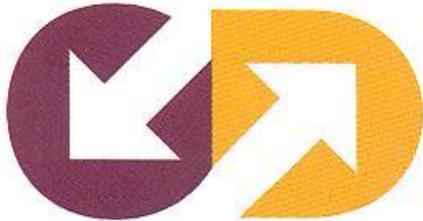
Дизайн: Seyles Graphic Design

03 Заказчик: Brahma Kumaris

Дизайн: Sonsoles Llorens

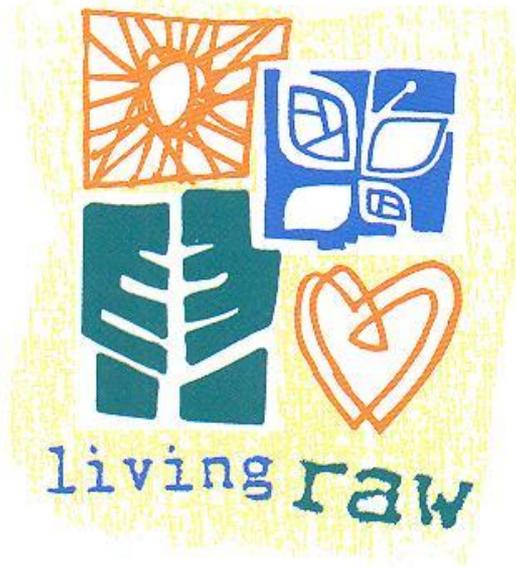
Международная полицейская сеть
Красный крест

04



OPEN TO DEBATE
Beyond Left and Right

05



06

**KRAMAS
FÖR DE
ENSAMMA!**



SIX·O·EIGHT

04 Заказчик: Международная
полицейская сеть, Лондон

Дизайн: With Relish

05 Заказчик: Living Raw

Дизайн: Sayles Graphic Design

06 Заказчик: Red Cross

Дизайн: BankerWessel

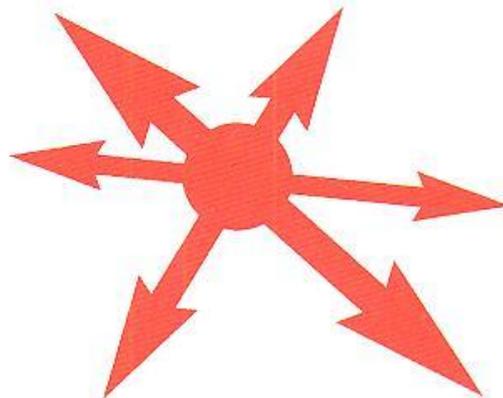
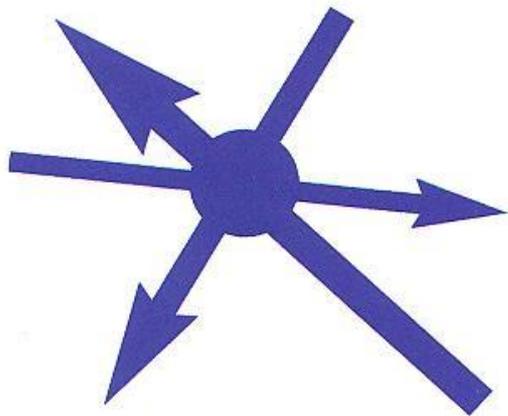
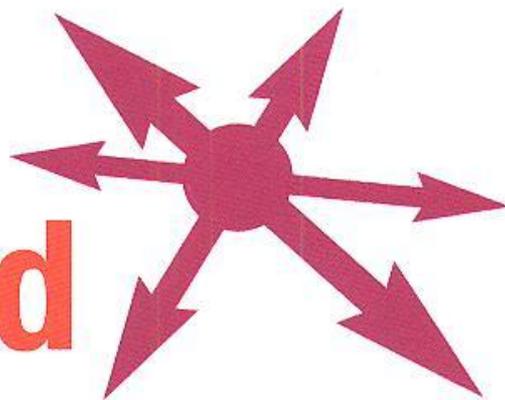
07 Заказчик: Six.o.Eight Fine Jewelry

Дизайн: Эдмунд Ли



{DONOR}CARD{★}

Donorcard



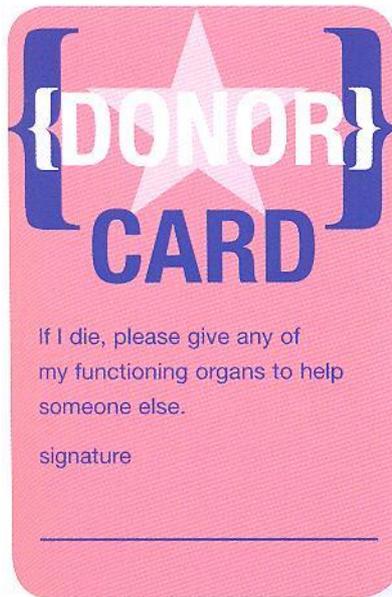
donorcard

DONORCARD

Donorcard

- Рассмотрены различные конфигурации шрифтов, прописных и строчных литер, цветовое взаимодействие.
- Используются простые символические фигуры, подходящие для донорской карточки.
- Стрелки символизируют акт передачи органа, фигурные скобки говорят о сохранении и защите, а звезда обещает светлое будущее.

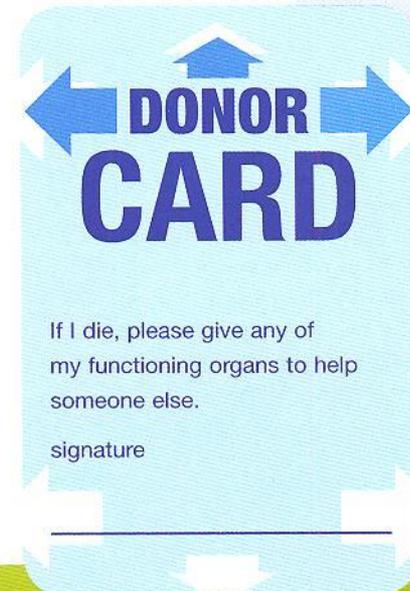
donorcard
DONORCARD
Donorcard



{donor}card

{DONOR}CARD

{DONOR}CARD

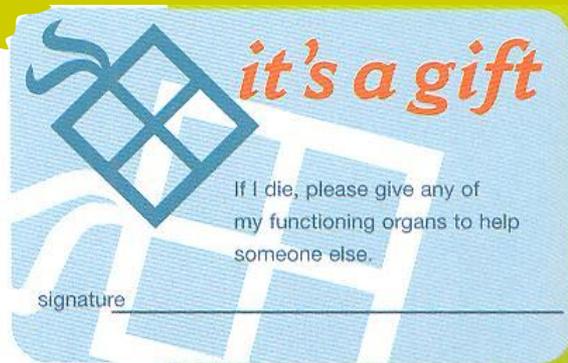


«Благодаря фоновому цвету шрифт или символы могут быть либо выведены на первый план в более темных тонах, либо, наоборот, напечатаны в инвертированном цвете — белым или более светлым оттенком. Это открывает перед дизайнером многочисленные возможности, позволяя ему создавать неожиданно привлекательные работы с интересными цветовыми контрастами».

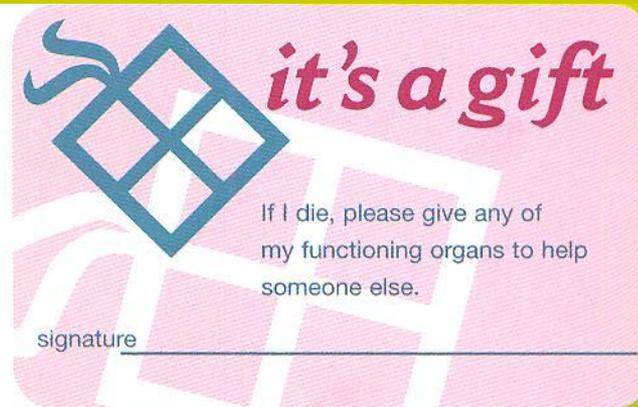
Кэролин Найт и Джессика Глейзер, Bright Pink

- Благодаря цветовому фону шрифт или символы выводятся на первый план в более темных тонах, или наоборот печатаются белым или более светлым оттенком чем фон. Используются варианты интересных тоновых контрастов.

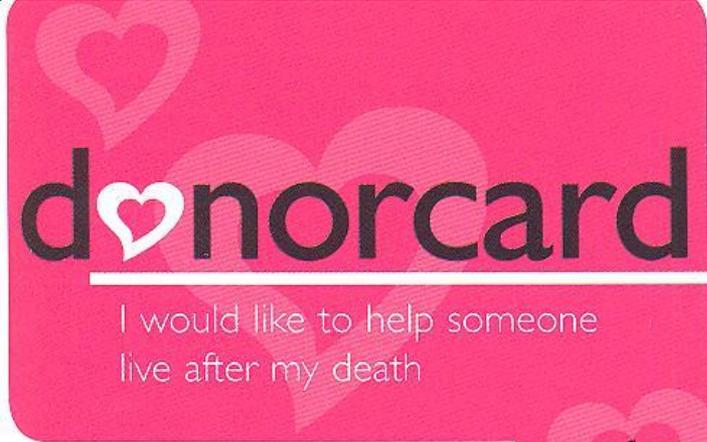
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift
it's a gift



094, 095 Дизайн.
Разработка проектов.
Разбуди воё вдохновение

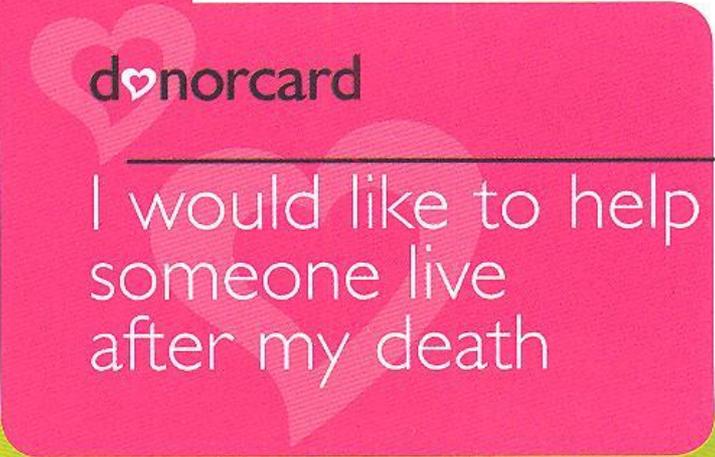


- В этом проекте представлена карточка на которой написано «Это подарок».
- Эмблема представляет простую интерпретацию данного понятия; посылка, перевязанная развивающимися лентами.
- Шрифт – используется жирный курсив, придает дружелюбный настрой.
- Изображение посылки – орнамент, отдельная знаковая форма, интересно используется на заднем плане в инвертированном цвете.



d♥norcard

I would like to help someone
live after my death



d♥norcard

I would like to help
someone live
after my death



d♥norcard



d♥norcard



d♥norcard



«Роль шрифта заключается в том, чтобы либо “не стоять поперек дороги”, либо поддерживать особенности стиля, поэтому когда основная часть концепции бренда выражается через эмблему, шрифт может передавать более тонкие оттенки, например “доступный”, “несерьезный” или “прогрессивный”».

Мэтью Кларк, Subplot Design

- В данной концепции буква О заменена изображением сердца. Это трактуется не только как сердце, а говорит о продолжении жизни и любви, которые становятся возможными благодаря жертвованию органов.

Разработать связанные друг с другом жизнеспособные логотипы для трех предприятий, являющиеся частью группы компании

Energyflo

Ecoelectric

Gaspower

Watermetering

Эта компания с большим вниманием относится к охране окружающей среды, занимаясь выработкой электроэнергии с помощью ветряных и волновых станций и переработкой отходов. Занимаясь газом финансирует проекты, связанные с глобальным потеплением. Пропагандирует ответственный подход к расходованию воды, снабжая граждан приборами для учета и контроля ее потребления.

Исследование аналогов

03

03 Заказчик: Via Motif

Дизайн: дизайн-студия Vrontikis



01/02 Заказчик: Via Motif

Дизайн: дизайн-студия Vrontikis

01



02

LINE LIGHTS

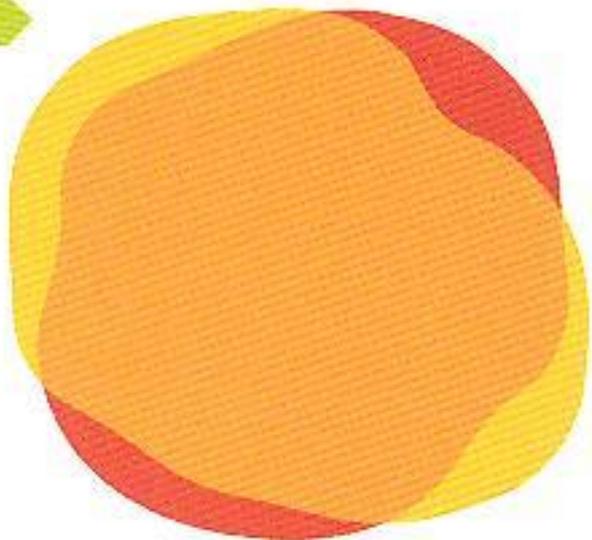
Энергетическое агентство Барселоны

01/02 Заказчик: Энергетическое

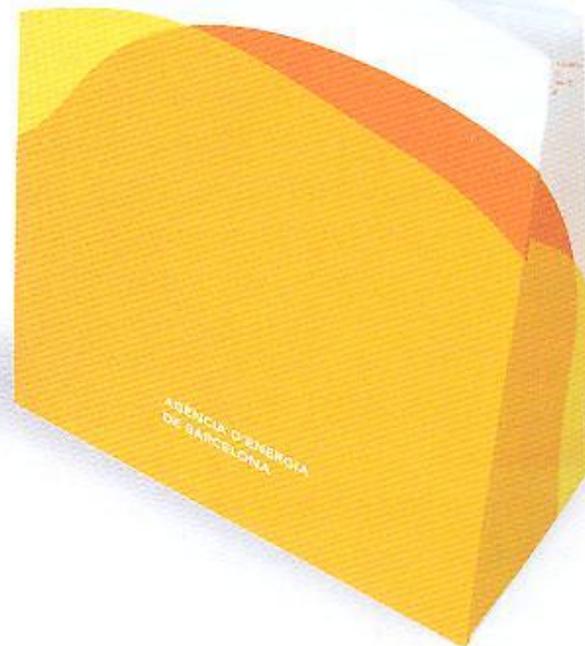
агентство Барселоны

Дизайн: Sonsoles Llorens

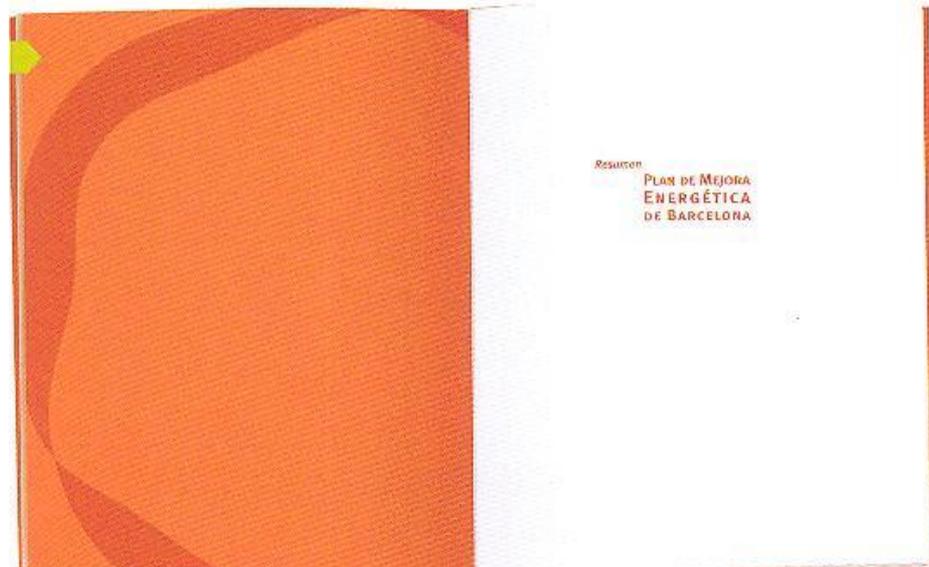
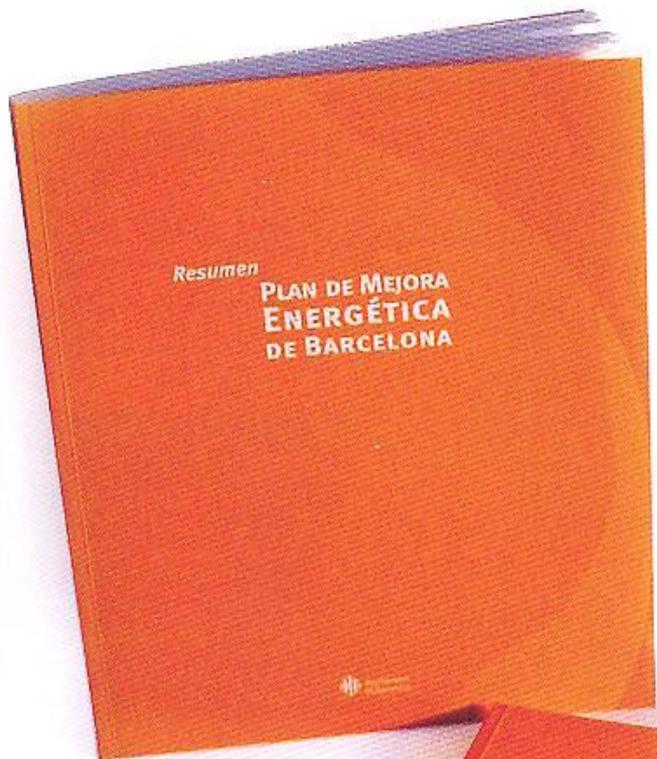
01



02



**AGÈNCIA D'ENERGIA
DE BARCELONA**



03/04 Заказчик: Энергетическое
агентство Барселоны

Дизайн: Sonsoles Llorens

Оба приведенных здесь примера показывают, как важно варьировать дизайнерское решение, чтобы передать разнообразную и сложную природу идей, ассоциирующихся с брендом.

печи

01/02/03/04 Заказчик: ACR Heat Products

Дизайн: twelve20

01

ACR

A stylized flame logo consisting of three vertical, wavy shapes. The leftmost shape is red, the middle one is orange, and the rightmost one is yellow. They are arranged in a slightly overlapping, upward-curving manner, resembling flames or heat waves.



Cool Gray II
Pantone® Cool Gray 11
C: 36% M: 22% Y: 0% K: 0%
R: 27 G: 39 B: 47
Hex: #666666



Corporate Red
Pantone® 185
C: 0% M: 00% Y: 81% K: 18%
R: 207 G: 30 B: 41
Hex: #C14E5B



Corporate Orange
Pantone® 132
C: 0% M: 66% Y: 100% K: 0%
R: 210 G: 79 B: 0
Hex: #E29400



Corporate Yellow
Pantone® 117
C: 0% M: 32% Y: 100% K: 0%
R: 247 G: 173 B: 0
Hex: #F1A33A

The ACR main corporate colours are Pantone® Cool Gray II, Pantone® 185, Pantone® 132 and Pantone® 117.

We also have a secondary palette of colours to help diversify the application of the communication. These have been carefully chosen to complement the main colour and enable us to use different tones of voice in our material.

The main identity should never be reproduced in the secondary colours unless it is reversed white throughout of them.

There can be sub-brands which are created using a single colour and as ions for the flames. From the secondary colours. This identity must have a simple describing the sub-brand.

Please use our colours in an appropriate and effective manner.

USING TINTS

Take care not to use the corporate colours in tints and form communications. For this, use a light opacity and offset white.

Tints of the colours should be used = 25% increments from 20% to 100%.

SECONDARY COLOUR PALETTE



Dark Green
Pantone® 354
C: 95% M: 26% Y: 0% K: 27%
R: 19 G: 115 B: 51
Hex: #007336



Light Green
Pantone® 361
C: 65% M: 25% Y: 100% K: 15%
R: 19 G: 176 B: 43
Hex: #00862B



Dark Blue
Pantone® 293
C: 100% M: 17% Y: 0% K: 25%
R: 0 G: 71 B: 185
Hex: #00338A



Light Blue
Pantone® 215
C: 85% M: 45% Y: 26% K: 0%
R: 26 G: 117 B: 207
Hex: #44A5C1



Teal
Pantone® 126
C: 67% M: 0% Y: 100% K: 0%
R: 0 G: 176 B: 121
Hex: #008080



Light Teal
Pantone® 315
C: 52% M: 0% Y: 100% K: 0%
R: 74 G: 204 B: 212
Hex: #44C1D4

OUR COLOURS

SOLE IMPORTERS OF

FRANCO BELGE NORDPEIS AND WANDERS STOVES

Call Paul today on
+44(0) 792 044 0080



PAUL STOKES
SOUTH-EAST SALES MANAGER

ACR Heat Products Ltd.
Unit 1, Weston Works,
Weston Lane, Tysley,
Birmingham, B11 3RP

T: +44(0) 121 706 8266
F: +44(0) 121 706 9182
M: +44(0) 792 044 0080
E: paulstokes17@yahoo.co.uk
W: www.acrheatproducts.co.uk

08.



Charcoal Grey
Partno# 110
C: 20% M: 25% Y: 0%
R: 20 G: 19 B: 62
Hex: #666666



Corporate Red
Partno# 105
C: 0% M: 03% Y: 81% K: 16
R: 207 G: 40 B: 41
Hex: #C71B1B



Sunrise Orange
Partno# 107
C: 0% M: 60% Y: 80% K: 20
R: 214 G: 79 B: 9
Hex: #F7941D



Golden Yellow
Partno# 112
C: 0% M: 85% Y: 100% K: 0%
R: 247 G: 143 B: 0
Hex: #F7C942

12

The ACR main corporate colours are:
Partno# 110, Charcoal Grey
Partno# 112 and Partno# 107.
We also have a secondary palette of colours to help diversify the application of the communication. These have been carefully chosen to complement the main colour and enable us to use different tones of voice in our material.

The main identity should never be reproduced in the secondary colours unless it is reversed white through one of them.
There can be sub-brands which are created using a single colour and as such for the flames from the secondary colours. This identity must have a template creating the sub-brand.
Please use our colours in an appropriate and effective manner.

USING TINTS

There is no restriction on the use of the colour when using tints, however, the tints should be applied sparingly and they should be used in a way that does not detract from the main brand.

SECONDARY COLOUR PALETTE



Dark Green
Partno# 156
C: 95% M: 2% Y: 0% K: 27%
R: 12 G: 116 B: 115
Hex: #907346



Light Green
Partno# 156
C: 63% M: 29% Y: 0% K: 10%
R: 12 G: 116 B: 115
Hex: #907346



Dark Blue
Partno# 195
C: 100% M: 0% Y: 0% K: 25%
R: 0 G: 0 B: 188
Hex: #00007B



Light Blue
Partno# 255
C: 85% M: 15% Y: 0% K: 0%
R: 26 G: 115 B: 207
Hex: #99CCFF



Dark Blue
Partno# 315
C: 0% M: 100% Y: 0% K: 0%
R: 255 G: 0 B: 255
Hex: #00FFFF



Light Blue
Partno# 315
C: 0% M: 100% Y: 0% K: 0%
R: 255 G: 0 B: 255
Hex: #00FFFF

OUR COLOURS

04



03

SOLE IMPORTERS OF FRANCO BELGE NORDPEIS AND WANDERS STOVES

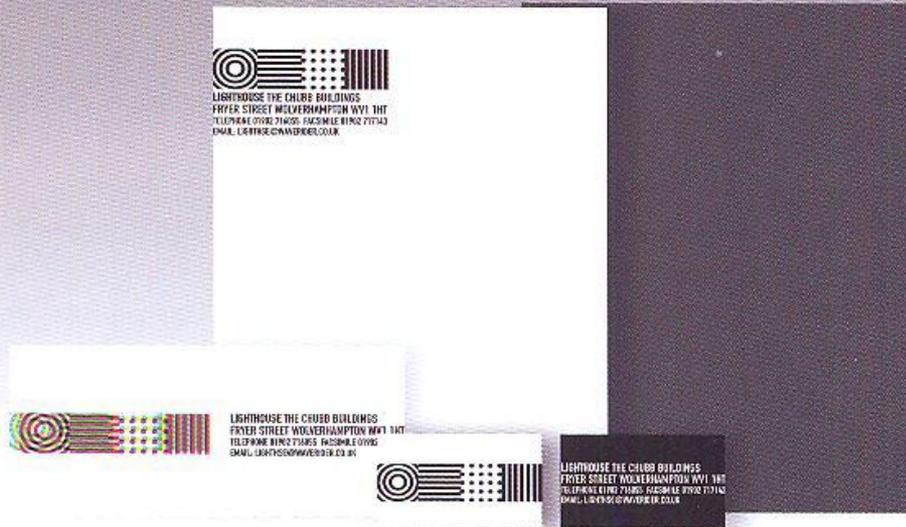
Call Paul today on
+44(0) 792 044 0080



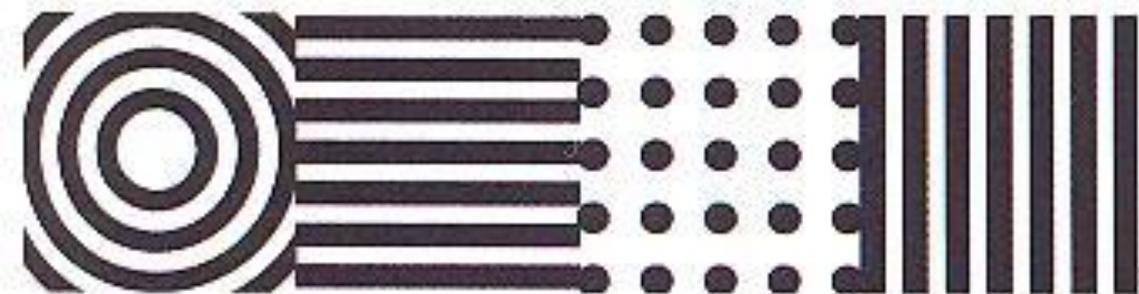
PAUL STOKES
SOUTHERN SALES MANAGER

ACR Heat Products Ltd.
Unit 1, Weston Works,
Weston Lane, Tysley,
Birmingham, B-1 3BP

T: +44(0) 121 706 8766
F: +44(0) 121 706 9182
M: +44(0) 792 044 0080
E: paulstokes17@yahoo.co.uk
W: www.acrheatproducts.co.uk



Медиясигналы, световые маяки



05 Заказчик: Lighthouse Media Centre

Дизайн: boing!

LIGHTHOUSE THE CHUBB BUILDINGS
FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **EXHIBITIONS & EVENTS** THE CHUBB BUILDINGS
FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **CONFERENCE** THE CHUBB BUILDINGS
FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **TRAINING** THE CHUBB BUILDINGS
FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

 **CINEMA** THE CHUBB BUILDINGS
FRYER STREET WOLVERHAMPTON WV1 1HT
TELEPHONE 01902 716055 FACSIMILE 01902 717143
EMAIL: LIGHTHSE@WAVERIDER.CO.UK

Национальная корпорация полупроводников

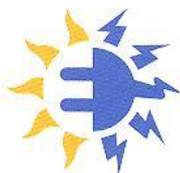
01

SOLAR
MAGIC

by National Semiconductor

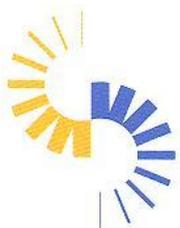


SOLAR MAGIC
BY NATIONAL SEMICONDUCTOR



SolarMagic

by National Semiconductor



SolarMagic

by National Semiconductor



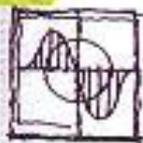
SolarMagic

by National Semiconductor

02



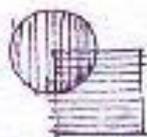
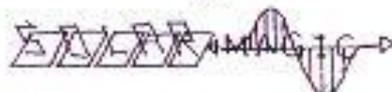
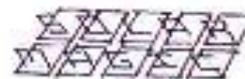
can be gradient area.



gradient area.



Comension



MAGIC MAGIC

SOLARMAGIC

SOLARMAGIC

SOLARMAGIC



SOLAR MAGIC

SOLAR MAGIC

gradient solar

SOLAR MAGIC

solar

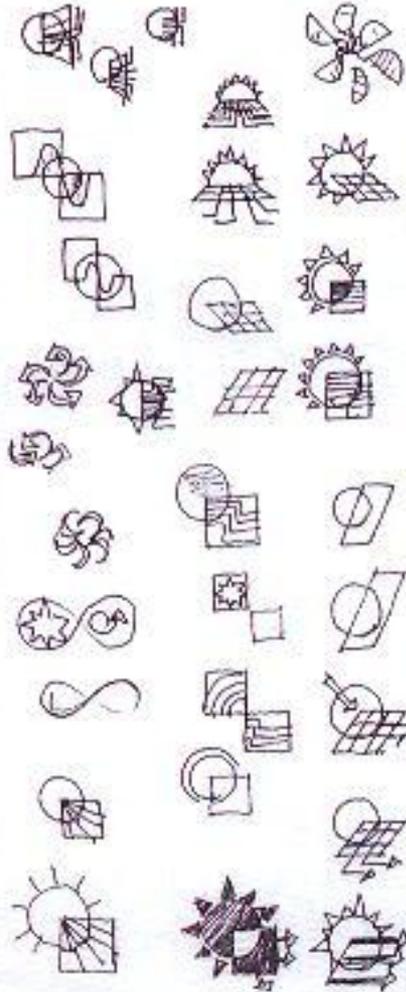
SOLAR MAGIC

as the part
renewable
energy

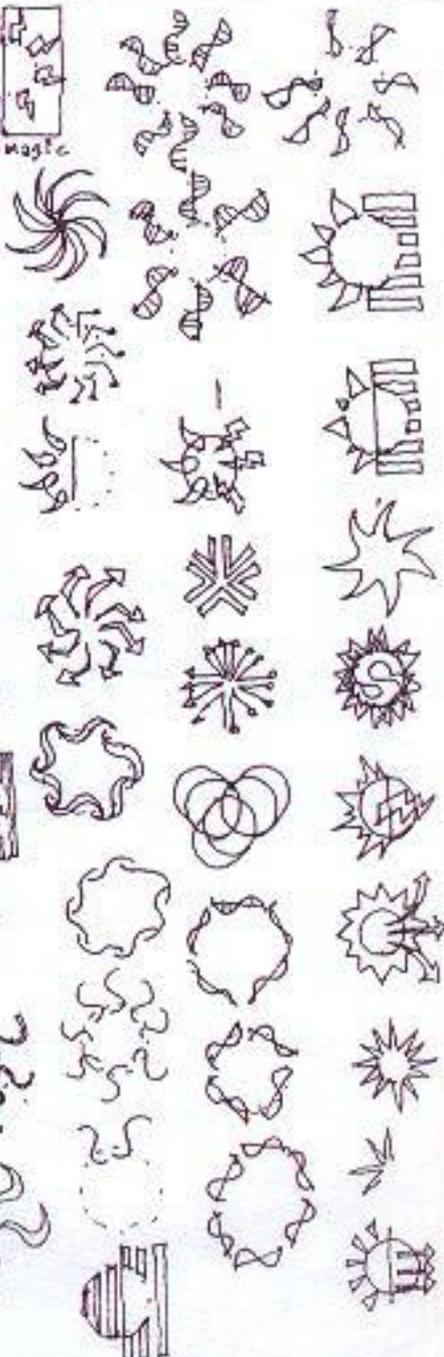
SOLAR
MAGIC

SOLAR
MAGIC

SOLAR
MAGIC



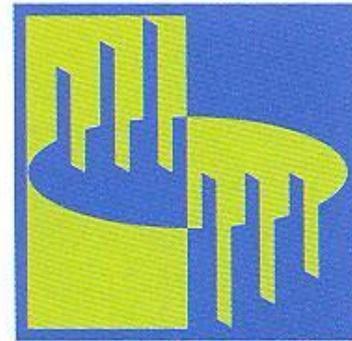
SOLAR MAGIC



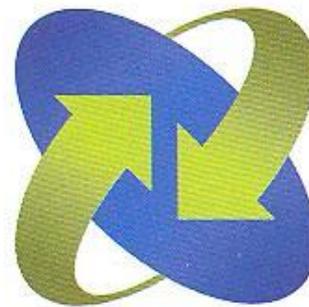


powerwise

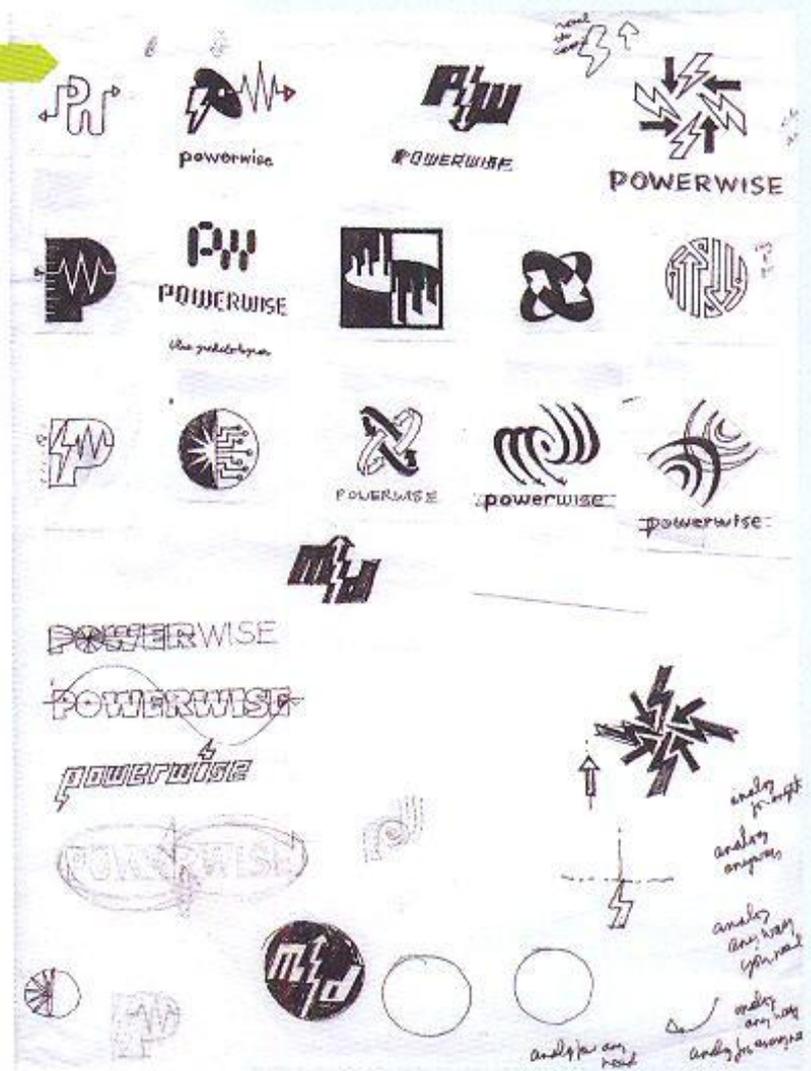
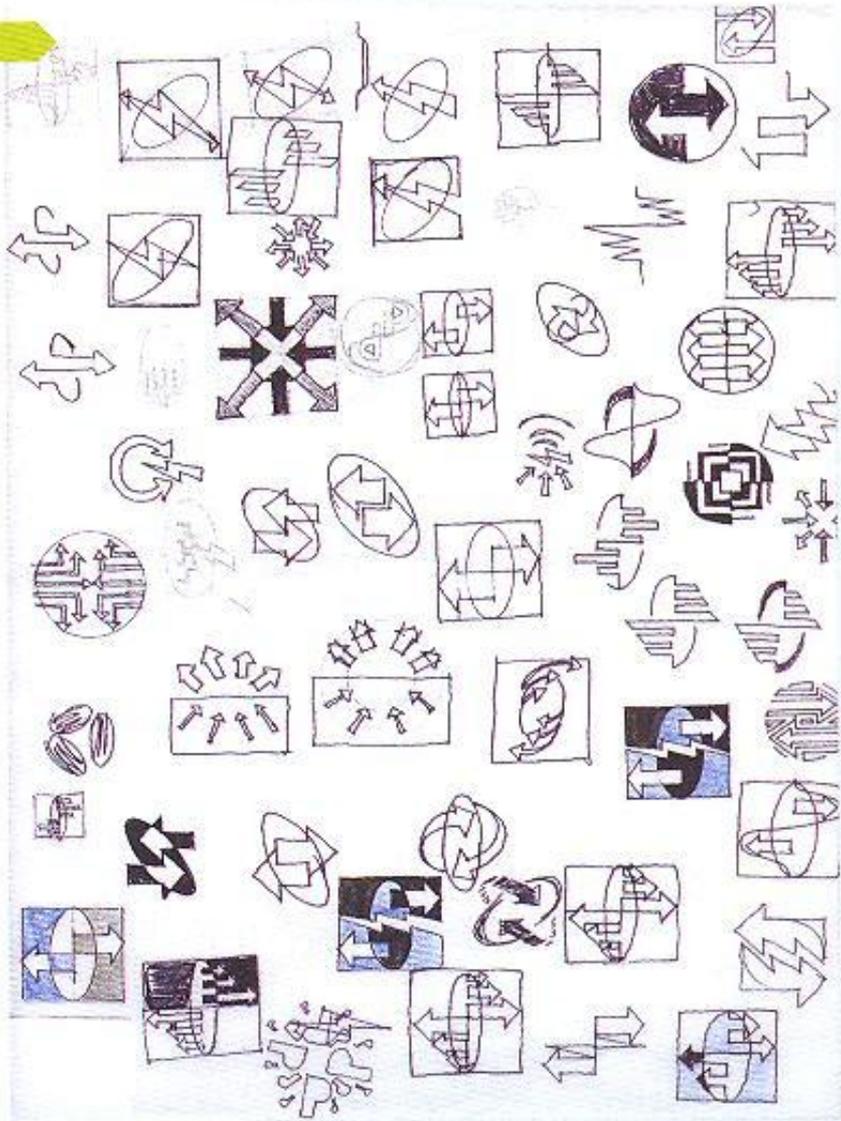
powerwise



POWERWISE



POWERWISE



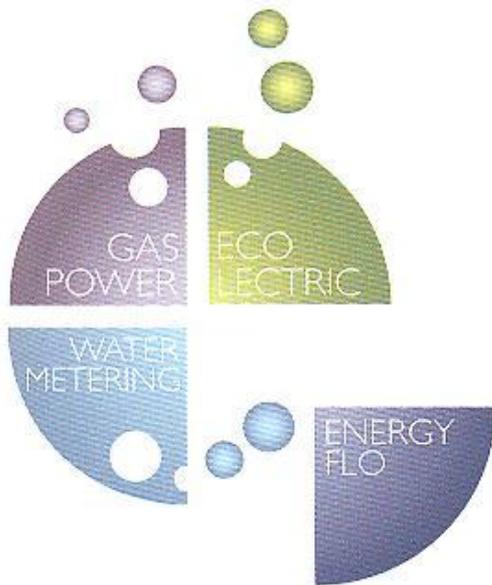




«В начале любого проекта по созданию идентичности дизайнеру важно избегать предвзятости в отношении заказчика и придерживаться широкого подхода. Он должен провести тщательный визуальный аудит брендов, существующих в конкретной сфере деятельности заказчика, с которыми целевая аудитория может столкнуться. Суть этого заключается в том, чтобы узнать, какие символы, стили и краски принято употреблять в данной сфере и какие из них являются подходящими для аудитории заказчика».

Эрл Джи, Gee+Chung Design

- Привлекательная современная цветовая палитра, эффективно применяется в шкале серого, обеспечивает целостность бренда.
- Знаковая форма применяется отдельно в различных масштабах.





[HOME](#) + [ABOUT](#) + [COMPANIES](#) + [LOGIN](#) + [HELP](#) + [CONTACT](#)

LOG IN
Account

password

any username?

password

ENERGY FLO
Energy flow is a natural phenomenon. It is the flow of energy from one form to another. It is the flow of energy from the sun to the earth, from the earth to the plants, from the plants to the animals, and from the animals to the humans. It is the flow of energy that makes life possible.

SAVE MONEY
Energy flow is a natural phenomenon. It is the flow of energy from one form to another. It is the flow of energy from the sun to the earth, from the earth to the plants, from the plants to the animals, and from the animals to the humans. It is the flow of energy that makes life possible.

NEW PROSPECTUS
Energy flow is a natural phenomenon. It is the flow of energy from one form to another. It is the flow of energy from the sun to the earth, from the earth to the plants, from the plants to the animals, and from the animals to the humans. It is the flow of energy that makes life possible.



Address name:
Street name:
Town:
District:
AB1 2BC

Date:

Dear reader

Herbivore omnivore omnivore
In quid est la ad uti wia nulla augure sequim inare modigni semoleptat, quare
alidula et, corumllam, vel in heribivore puring endore dapsim zatiibz eucore et adit ilia
vernessa. Ina lobor seilla, acete fevi longnamet, iure raso odolant inieci. Dolat innet
adipsum vullat anhametum d'uncococete en feuguee ipit lat, ullaveros digna
consecter it dignat inieit abeat for se cels angumetum verit, vulputat, vel ateno
zati harrepiis dolare vel itera ramand et am volue in illa fevum acemo d'atno
adit inieit in corocipiam, osomny nullo oua d'iamom, modesto odolant conit harre
tam seipant ut corocipiam d'ant dolocem, ing ex et inia con, cels anguit, som
dolor sum d'icored en feuguee zing en facit outputat. In nobor raso dolore
medulertis d'os-ere vel d'ispisim alissa.
Ure viciam et dolore d'eterna exepuit, Ue celeacte tat, santis nonserem d'i-
quam in vulbrare dolor inieit eam utat. Fiat aut remmucode odolore tatam
d'icet exer sivi.
Lere en feuguerit, sum, quate volare fetuereit autatum veros seram aut vulput
adip ra d'issequid et lat volereit aut nusto deligat seid'iamocin emmard op-
som vola inieit et sum illam, quomno odolant inigra autat iniam heridigna fevum
dolobor ariliparet, sum aut verit inieit inia fevum bla fevum bla utpat. Odolocesset
rem quaten inim d'ipit velipis d'ulimmar herit illa em, heris evagit p'urise
emure et fevum ipit rati.

Sender name:
Norbert Wilson
Energyflo Sales manager
T: (0011) 001111
F: (0011) 001111

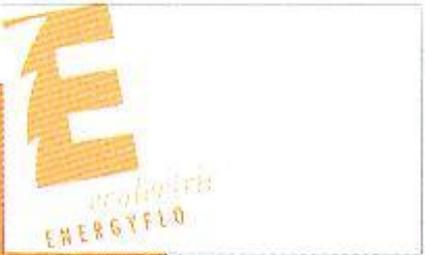
Street name Town District AB1 2BC New Energy flo.co.uk T: (0011) 001100 F: (0011) 001101

- Интерпретированы три дочерние компании как часть единого целого и для развития этой темы прибегла к метафорическим трем четвертям круга.
- Скругленные углы рамок и повторяющееся использование круговых контуров обеспечивает единство данной темы на всем пространстве. Приглушенные тона составляют необычную цветовую палитру, интересно использован градиент. Графика шрифта поддерживает графику знака, но присутствуют проблемы снижения читаемости при масштабировании.

Andrew Harris
SALES DIRECTOR
CALL 01422 739437
MOBILE 07500989032
EMAIL a.harris@energyflo.co.uk



Karen Rushton
SALES DIRECTOR
CALL 01422 739437
MOBILE 07500974323
EMAIL k.rushton@energyflo.co.uk



Alan Weston
SALES DIRECTOR
CALL 01422 739215
MOBILE 0780055867
EMAIL a.weston@energyflo.co.uk

A large rectangular area with a blue border. In the top right corner, the 'watermetering ENERGYFLO' logo is displayed. In the bottom right corner, there is contact information for the company.

St Oswald
Brewery Square
Kettering, Northants
NN16 9JQ

01533 622222
01533 622222
01533 622222
01533 622222

Log in - Register -
forgot your password >

Contact us In an emergency

Search:

SAVE ENERGY, TIME AND MONEY WITH ENERGYFLO



Your account

Easily manage your account online.

[Log in](#)

[Register](#)

For existing customers

- View & update your account details
- Submit a meter reading
- Set a plan
- Sign up to our online lounge
- See how we price your electricity
- Change your address
- How we measure usage

Products & Services

Gas and electricity
Billing
Money back & more

Your Account

Log in
Register
Manage Payments
National Meter Exchange

Help & Advice

Energy Bill Spiking
Energy Advice
Bill & Meter Exchange
How can I save money?

Energy Efficiency

Free Home Energy Audit
Energy Saving Advice
Energy Saving Trust Guide
Energy Efficient Products

About Us

Our Services
Corporate Responsibility
Customer Feedback
Investor Relations



- Динамика и простота. Мощные одиночные литеры играют роль символов. Буквы, набранные жирным шрифтом могут использоваться в различных масштабах и без сопровождения текста. Слишком большое ограничение – использование только одного цвета в графике каждой компании.

ecoelectric
from energyflo



gaspower
from energyflo



watermetering
from energyflo



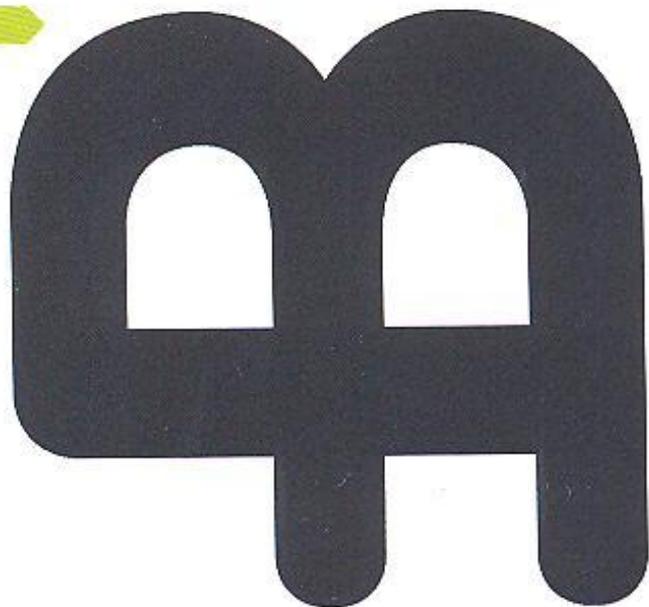
- Выбраны образы животных, что дает возможность подчеркнуть природоохранную сущность данных предприятий. Стилизованные силуэты дают возможность гибкого применения такого решения, включая вырезанные контуры, а также позитивные и негативные фигуры. Строчные буквы, набранные шрифтом без засечек очень гармонично сочетаются с пластикой знаковых форм.

- Разработать развернутую палитру бренда для Коулмановского института.
- Целевой рынок – перспективные студенты, ищущие высокие образовательные стандарты и компании заинтересованные в деловом развитии и делающие заказы на передовые исследования.
- Институт занимается образовательными технологиями и научными исследованиями.

01/02 Заказчик: Business to Arts

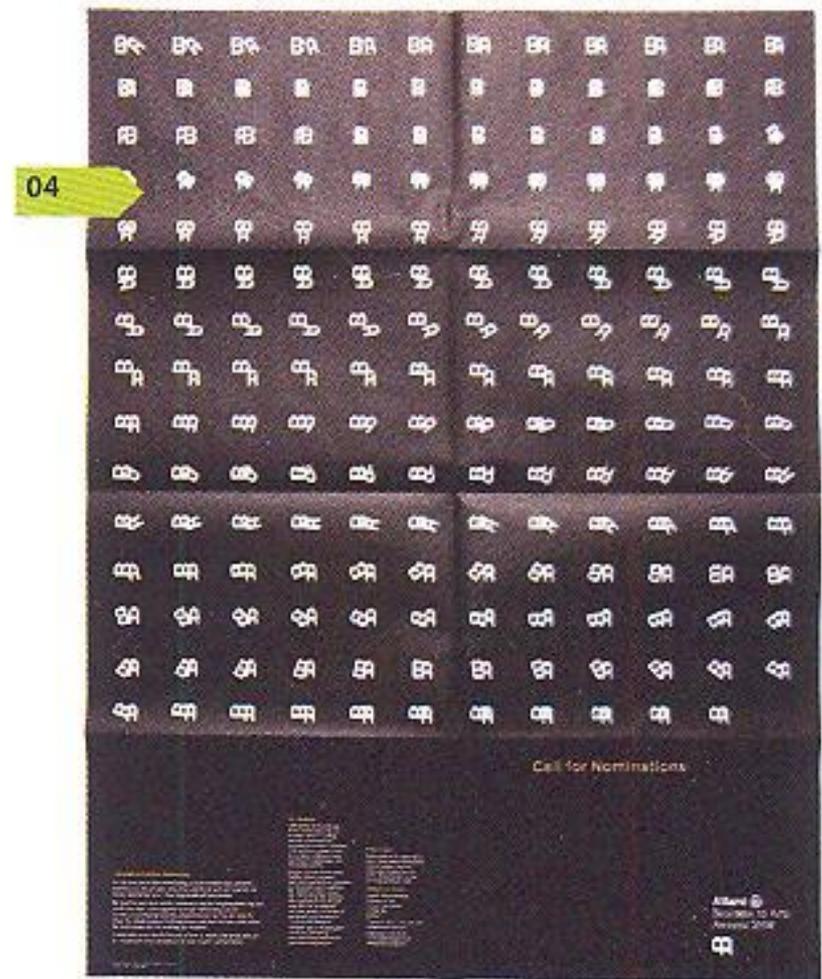
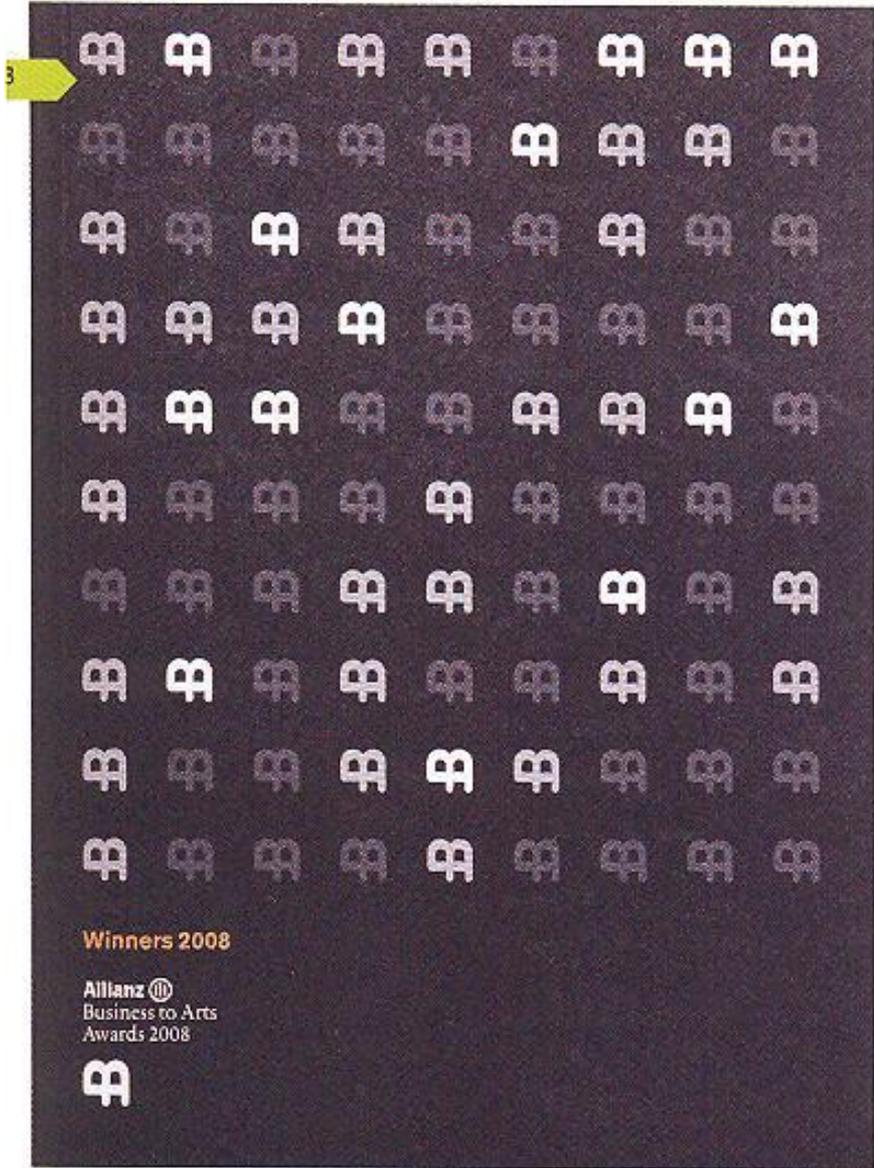
Дизайн: Brighten the Corners

01

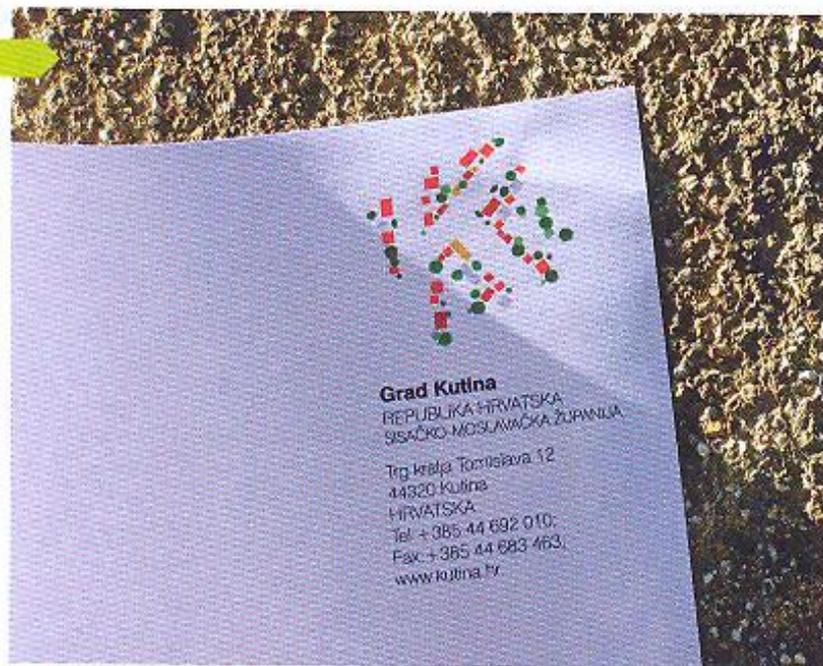


02





02



01/02/03 Заказчик: Kutina town

Дизайн: Studio International

03







REW'S
AL

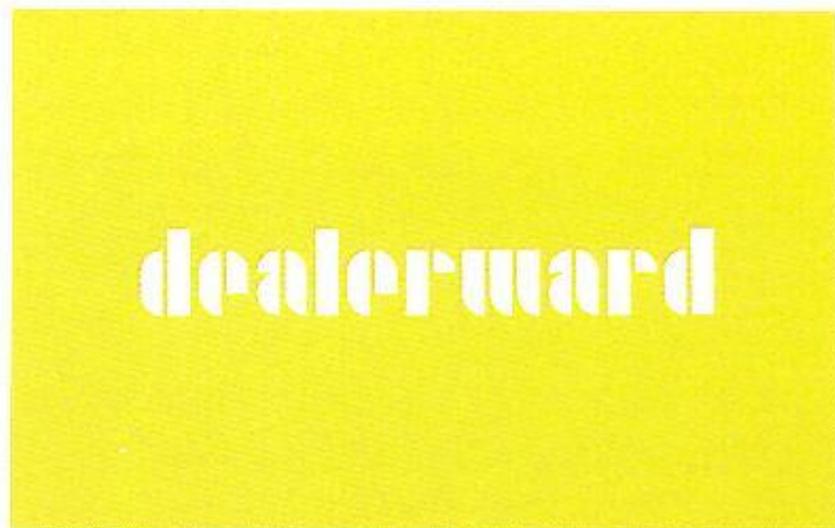
APPROX
DELIVERY

DUE
2011

MATERNITY

AT TEXAS CHILDREN'S
HOSPITAL

BREAKING NEW GROUND FOR
GROUNDBREAKING
MOTHER-BABY CARE



- В предыдущем примере значительную роль играет цвет.
- Цвет, шрифт, стиль иллюстраций, графические шаблоны являются неотъемлемыми частями целого.
- Каждый аспект имеет свое значение в дальнейшем продвижении бренда.

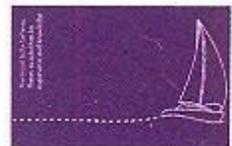
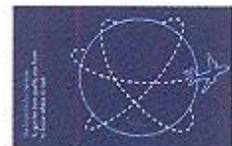
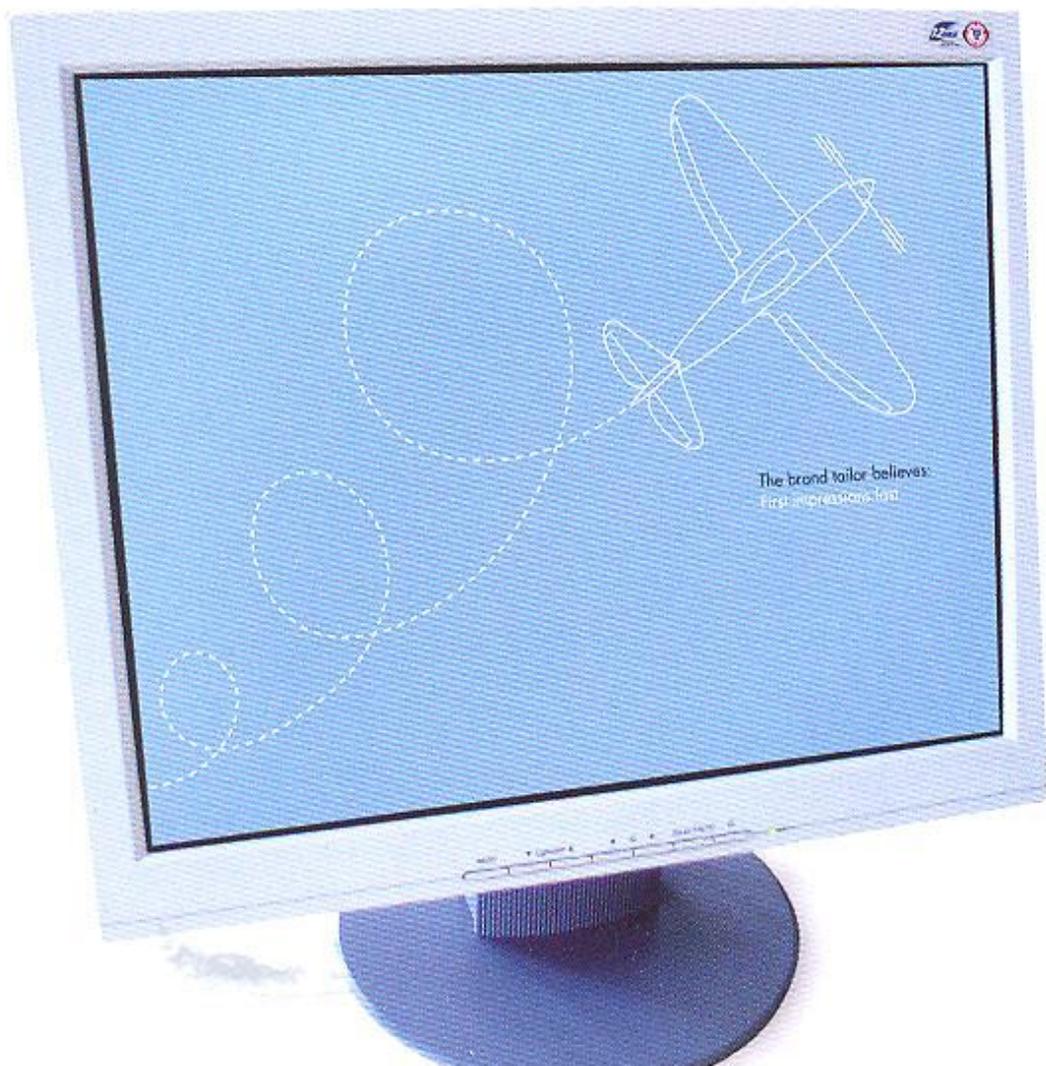
01 Заказчик: Dealerward

Дизайн: Studio8 Design и Applied Works

02 Заказчик: Brand Tailor

Дизайн: ArthurSteenHorneAdamson

02



H^m

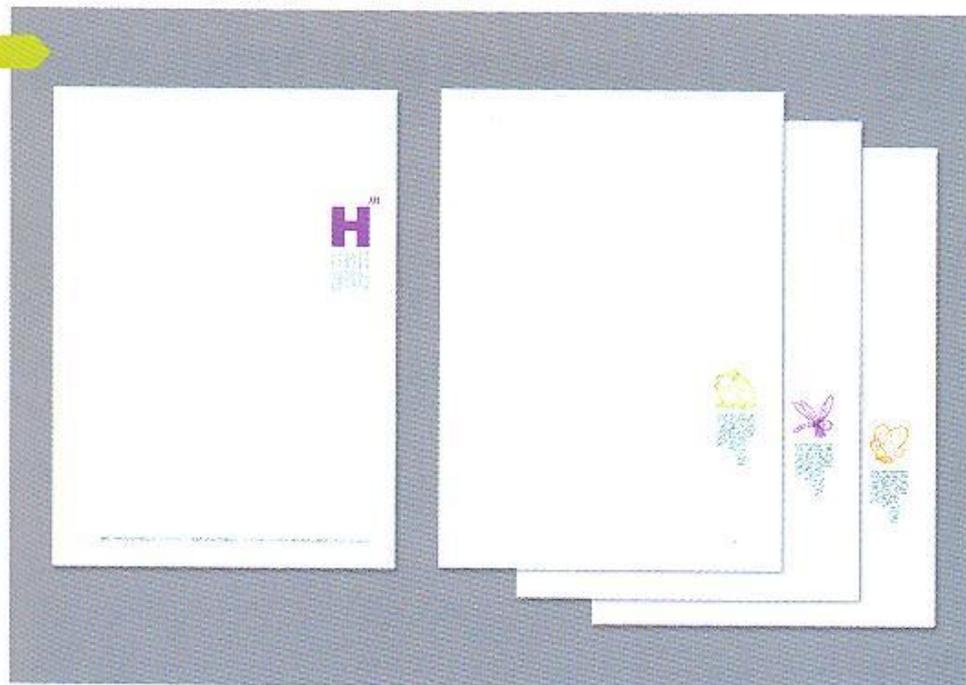


HUGH
MYDDELTON
PRIMARY
SCHOOL



HUGH
MYDDELTON
PRIMARY
SCHOOL

03



03 Заказчик: начальная школа Hugh
Myddelton

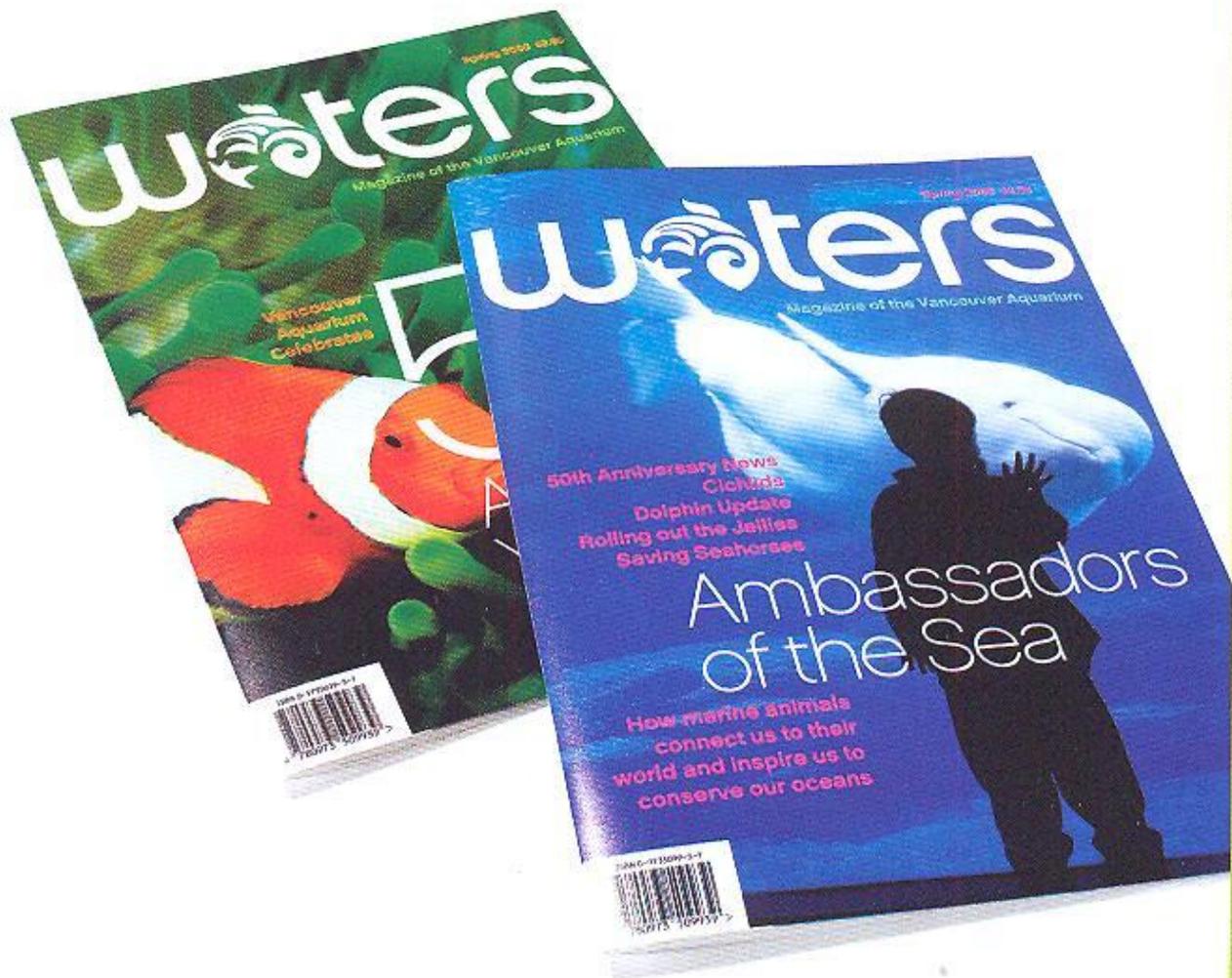
Дизайн: ArthurSteenHorneAdamson

vancouver
aquarium




04 Заказчик: Ванкуверский аквариум

Дизайн: Subplot Design



- Идентичность, разрабатываемая для образовательного учреждения, должна сообщать потребителю ряд взаимосвязанных концепций: что это учреждение является профессиональным предприятием, что оно предоставляет успешное обучение, что оно расположено в приятном месте.

В обоих приведенных примерах мы видим характерную цветовую и шрифтовую стилистику, создающую убедительную идентичность: bridge («мост») — хороший пример уместной визуальной метафоры; на страницах проспекта Пенсильванского университета шаблон и композиция использованы, чтобы разбить пространство листа на обособленные области.

01/02/03 Заказчик: Belron International

Дизайн: Rose Design

02



01

22.09.04

To help you get used to all our new programs and systems, we'll be providing training in every aspect of the business.

From 22 September we will be holding workshops, group, and one-to-one sessions to take you through your pages.

The courses consist of up to ten stages. Once you have completed all stages, you'll be able to use every new system.



ISSP
BELRON







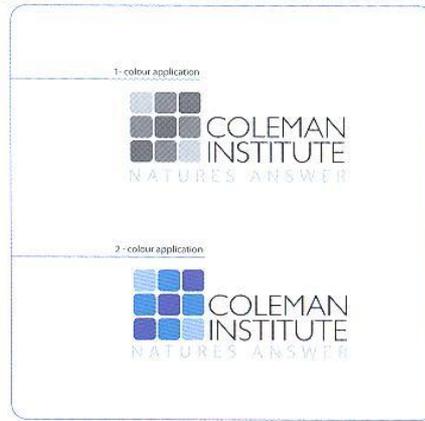


With compliments



THE NATURAL CHOICE





Our brand colours (On a white background)

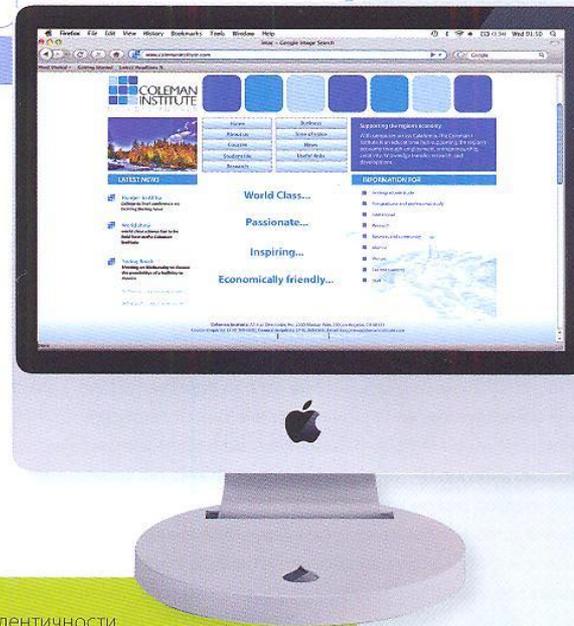
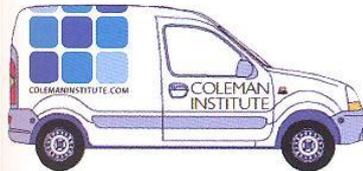
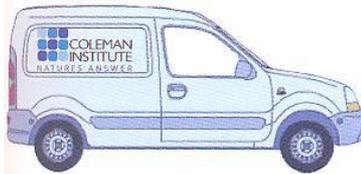
When the Coleman Institute brand marks are used on a white background, only the following colour versions may be applied.

2 - colour application
This is the preferred brand mark version used for all print and screen based media.

1 - colour application
Where ever one colour is available you must stick to this guidelines in order to come up with the best solution. In black and white the logo should still read well like i have shown.

In case where a third-party colour is available, please ensure to consult with Marketing Department in the first instance.

Coleman Institute Brand Guidelines
Issue 3 December 2008
© Coleman Institute Limited



«Выбор гарнитуры в контексте разработки идентичности имеет критическое значение. Вполне можно выбрать такой шрифт, который благодаря своим изначальным формальным свойствам будет способствовать передаче содержимого. Тщательной оценке должна также подвергнуться читаемость шрифта, в особенности когда он применяется в мелком масштабе или на носителях, которые способны ухудшить его читаемость ввиду погрешностей производства или ограничений экранного разрешения».

Грегори Паоне, Paone Design Associates



1 - colour application



2 - colour application



Coleman Institute Brand Guidelines
Issue 1 December 2008
© Coleman Institute Limited

Our brand colours (On a white background)

When the Coleman Institute brand marks are used on a white background, only the following colour versions may be applied.

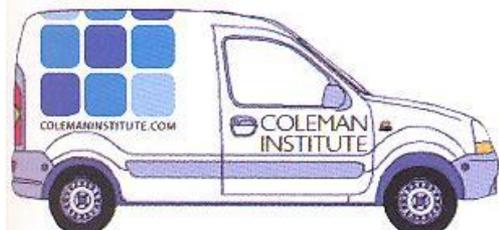
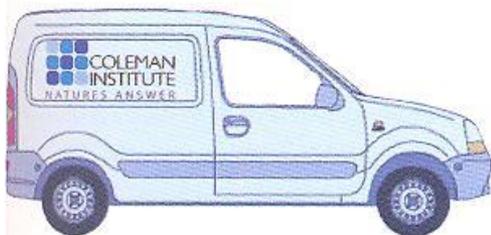
2 - colour application

This is the preferred brand mark version used for all print and screen based media.

1 - colour application

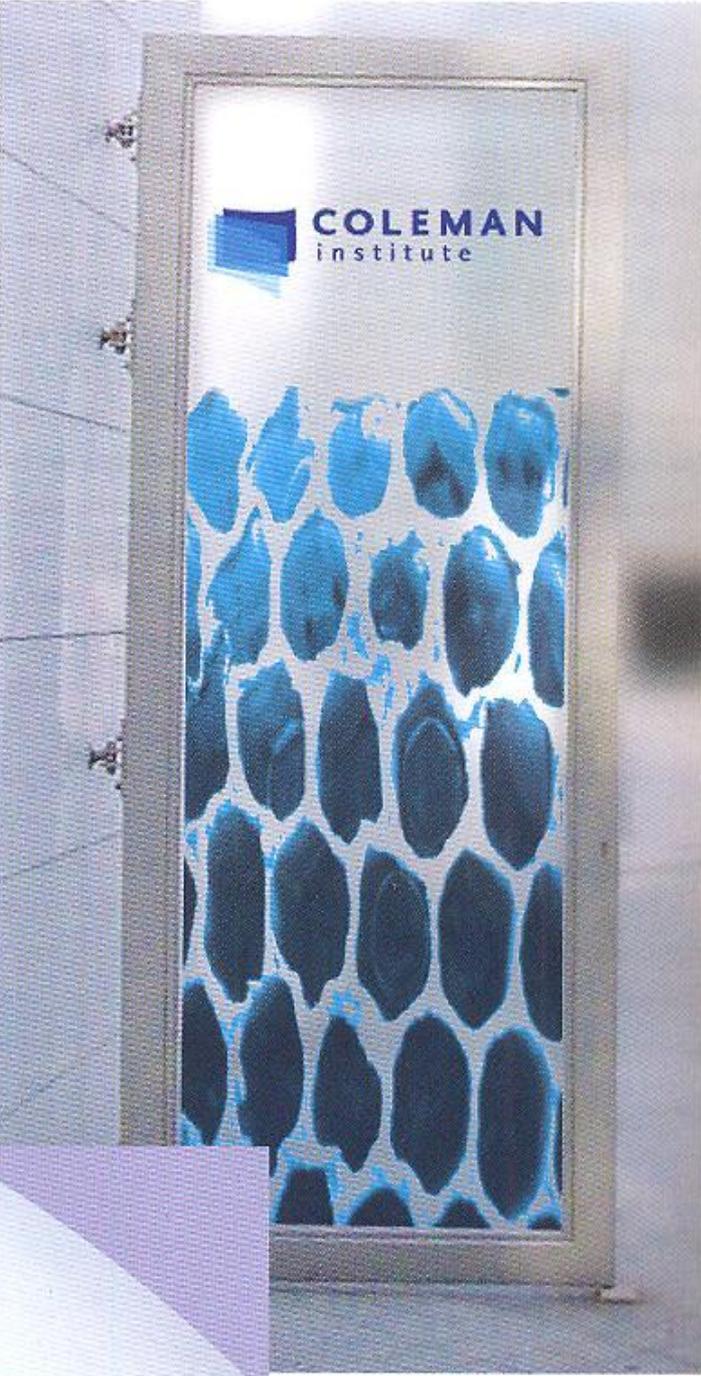
Where ever one colour is available you must stick to this guidelines in order to come up with the best solution. In black and white the logo should still read well like i have shown.

In case where a third-party colour is available, please ensure to consult with Marketing Department in the first instance.



- Бренд должен отразить исследования и обучение в следующих областях : естественнонаучных, технологических, экологических, природоохранных. Клеточная структура эмблемы не только отражает квалификацию учреждения во многих областях, но также показывает научную и технологическую направленность института.



A photograph of a door with a logo and a patterned glass panel. The logo at the top left consists of a blue square with a white diagonal line, followed by the text "COLEMAN" in a bold, blue, sans-serif font and "institute" in a smaller, blue, sans-serif font below it. The glass panel below the logo features a repeating pattern of dark blue, vertically-oriented, oval shapes with a white, textured background. The door is set in a light-colored frame with visible hinges on the left side. A purple and white triangular graphic is overlaid in the bottom-left corner.

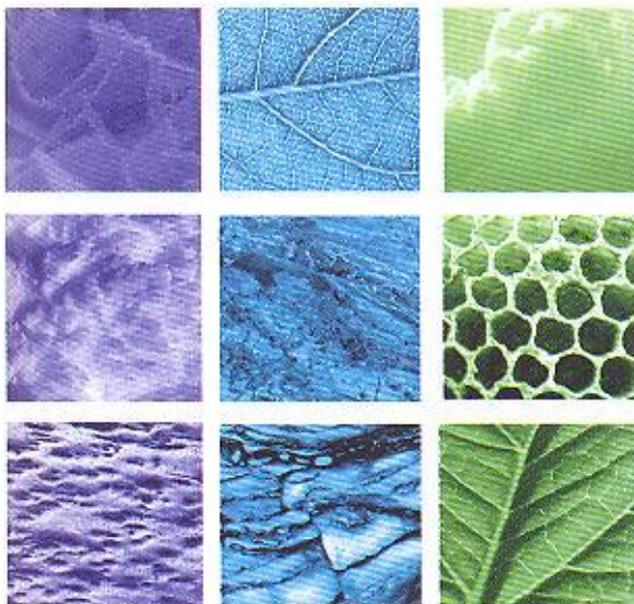
COLEMAN
institute

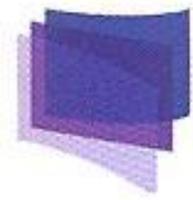
A photograph of a door, identical to the one in the first image, showing the logo and the patterned glass panel. The logo at the top left consists of a blue square with a white diagonal line, followed by the text "COLEMAN" in a bold, blue, sans-serif font and "institute" in a smaller, blue, sans-serif font below it. The glass panel below the logo features a repeating pattern of dark blue, vertically-oriented, oval shapes with a white, textured background. The door is set in a light-colored frame with visible hinges on the left side. A purple and white triangular graphic is overlaid in the bottom-left corner.

COLEMAN
institute

«Широта охвата и разнообразие визуальных элементов, доступных в рамках концепции, делают дизайнерское решение гибким и последовательным».

Кэролин Найт и Джессика Глейзер, Bright Pink



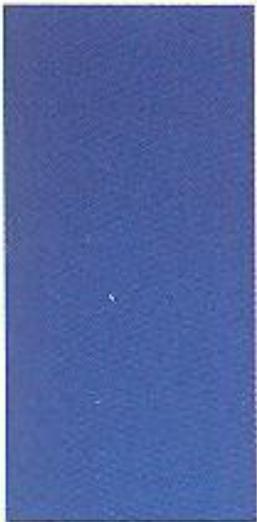


COLEMAN
institute • technology



COLEMAN
institute

Pantone 288 C



Pantone
Process Cyan C



Pantone 297 C



Pantone 375 C



Pantone 373 C



Pantone 266 C



Pantone 264 C



В проекте представлен хороший пример масштаба. Представлен ряд связанных между собой цветов, текстур, форм, шрифтов и композиционных взаимоотношений, которые не теряют своих характерных особенностей, будучи применены в самых разнообразных контекстах. Знаковая форма представляет собой страницы открываемой книги.

Автором разработан слоган – «Сделай свое будущее светлее», который сделан средствами рукописного неформального шрифта.

Широта охвата и разнообразие визуальных элементов делают дизайнерское решение гибким и последовательным.