ФИРМЕННЫЙ БЛАНК.

ФИРМЕННЫЙ БЛАНК ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ЛИСТ БУМАГИ, КАК ПРАВИЛО, ФОРМАТА А4 (210Х297ММ), НА КОТОРОМ НАПЕЧАТАНЫ РЕКВИЗИТЫ КОМПАНИИ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ:

- 1. наименование компании,
- 2. логотип (при наличии),
- 3. контактная информация (адрес, телефон, e-mail, сайт (при наличии),
- 4. банковские реквизиты (по желанию).

- Фирменный бланк является очень важным атрибутом любой организации. По сути, это один из рекламных носителей. Ведь порой именно с него начинается знакомство потенциального клиента или партнера с Вашей компанией. Поэтому считается, что каждая компания, независимо от ее величины, должна иметь собственный фирменный бланк.
- Создание фирменного бланка является первым шагом по формированию корпоративного стиля. Это желательно сделать, даже если компания насчитывает только одного сотрудника и слово «корпоративный», в данном случае, кажется Вам неуместным.

- В соответствии с законодательством РФ каждая организация обязана иметь фирменное наименование. Оно необходимо для ее идентификации среди множества подобных.

- Еще одно средство идентификации — логотип. Сейчас многие употребляют такие слова, как «эмблема», «товарный знак», «знак обслуживания», «элементы фирменного стиля», но не все четко представляют, чем отличаются друг от друга эти понятия.

ЛОГОТИП (ЛОГО) — ОРИГИНАЛЬНОЕ НАЧЕРТАНИЕ, ИЗОБРАЖЕНИЕ ПОЛНОГО ИЛИ СОКРАЩЕННОГО НАИМЕНОВАНИЯ ФИРМЫ ИЛИ ТОВАРОВ ФИРМЫ. ПРИМЕРЫ ЛОГОТИПОВ:

ЭМБЛЕМА — УСЛОВНОЕ ИЛИ СИМВОЛИЧЕСКОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ КАКОЙ-ЛИБО ОРГАНИЗАЦИИ, ПРИЗВАННОЕ СИМВОЛИЗИРОВАТЬ ЕЕ ОСНОВНУЮ ИДЕЮ. В КАЧЕСТВЕ НАИБОЛЕЕ ИЗВЕСТНЫХ ЭМБЛЕМ ПРИВЕДЕМ КРАСНЫЙ КРЕСТ (ИЗНАЧАЛЬНО ИСПОЛЬЗОВАЛСЯ ДЛЯ ОБОЗНАЧЕНИЯ И ЗАЩИТЫ МЕДИЦИНСКИХ РАСПОЛОЖЕНИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ) И ЭМБЛЕМУ ПЕРВОГО КАНАЛА:

ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ — ОБОЗНАЧЕНИЯ, СЛУЖАЩИЕ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ, ВЫПОЛНЯЕМЫХ РАБОТ ИЛИ ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ ЮРИДИЧЕСКИХ ИЛИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ (СТ. 1 ЗАКОНА РФ «О ТОВАРНЫХ ЗНАКАХ, ЗНАКАХ ОБСЛУЖИВАНИЯ И НАИМЕНОВАНИЯХ МЕСТ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРОВ»

№ 3520–1 ОТ 23.09.1992). УЗНАТЬ ТОВАРНЫЙ ЗНАК МОЖНО ПО:

ЛАТИНСКОЙ БУКВЕ «R» ИЛИ ЛАТИНСКОЙ БУКВЕ «R» В ОКРУЖНОСТИ — ® ИЛИ СЛОВЕСНОМУ ОБОЗНАЧЕНИЮ «ТОВАРНЫЙ ЗНАК» ИЛИ «ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЙ ТОВАРНЫЙ ЗНАК» — ™ (TRADE MARK).
ДАННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ УКАЗЫВАЮТ НА ТО, ЧТО ПРИМЕНЯЕМОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ ЯВЛЯЕТСЯ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ, ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

- Совокупность постоянных изобразительных, визуальных, информационных средств, с помощью которых фирма подчеркивает свою индивидуальность. Фирменный стиль используется как инструмент продвижения компании или ее товаров / услуг на рынок, для привлечения внимания покупателей. Например, фирменный стиль очень широко применяется при оформлении продукции и офисов операторов сотовой связи, программных продуктов марки 1С, закусочных MacDonald\’s

РАЗМЕЩЕНИЕ ЛОГОТИПА НА ФИРМЕННЫХ БЛАНКАХ ОРГАНИЗАЦИИ

- При соблюдении установленных законом ограничений организация вправе распоряжаться логотипом по собственному усмотрению: размещать его на различных предметах, продавать, покупать, использовать в рекламе, изображать на официальных документах, на визитных карточках, на собственном транспорте, на упаковке и т.д.

КАКОЙ ДОКУМЕНТ ВЫБРАТЬ?

- Правила использования логотипа могут быть закреплены в таких документах, как Брэндбук (общий свод правил использования фирменной символики), Стандарт (например, «оформления фирменных бланков», «использования корпоративной символики»), Руководство по фирменному стилю (включая разделы, посвященные внешнему виду сотрудников, оформлению зон продажи, выдачи товара, стандартам общения и т.п.).

- Наиболее традиционным для нас способом изложения требований к оформлению фирменных бланков организации является Инструкция по делопроизводству, в которой, как правило, устанавливаются:

- перечень реквизитов (логотип является одним из реквизитов бланка);
- виды бланков и состав их реквизитов;
- формат и характеристики используемой бумаги;
- поля и отступы, способы расположения реквизитов;
- при необходимости — правила использования цветного и черно-белого изображения логотипа на бланках;
- правила хранения и использования фирменных бланков.

НЕПОСРЕДСТВЕННО ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФИРМЕННЫХ БЛАНКОВ, ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК, СУВЕНИРОВ И Т.Д. ЧАЩЕ СОСТАВЛЯЕТСЯ ПОДРОБНОЕ РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ СИМВОЛИКИ, КОТОРОЕ СОСТОИТ ИЗ РАЗДЕЛОВ:

- Обоснование символики.
- Построение логотипа.
- Модульная сетка.
- Свободное пространство.
- Корпоративные цвета и их сочетания.
- Не рекомендуется.
- Запрещено.
- Корпоративный шрифт.
- Примеры использования.

- В зависимости от потребностей каждая организация выбирает свой способ установления правил использования логотипа. Разница в том, что Инструкция в первую очередь направлена на оформление и использование документов в делопроизводстве, и в том числе — фирменных бланков, а Руководство — на использование корпоративной символики в целом, и в том числе на служебных документах.

Пример 5

Фрагмент бланка письма с продольным расположением реквизитов

Общество с ограниченной ответственностью

«Дело-пресс»

ИНН 7715615661, КПП 771501001. Ул. Гостиничная, д. 3, оф. 319, Москва, 127106. E-mail: podpiska@delo-press.ru.
Тел.: (495) 482-30-58, факс: (495) 482-09-47. ОКПО 97205387, ОКОГУ 49013, ОКТМО 45356000, ОГРН 5067746477332

_____ № _____

На № _____ от _____

ДАННЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ ЗАКРЕПЛЯЕТ ЗА ОРГАНИЗАЦИЕЙ ПРАВО САМОСТОЯТЕЛЬНО УСТАНАВЛИВАТЬ ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА. ПОЖАЛУЙ, ЕДИНСТВЕННЫМ ТРЕБОВАНИЕМ ГОСТА К ЛОГОТИПУ ЯВЛЯЕТСЯ ЕГО РАЗМЕЩЕНИЕ НА БЛАНКАХ ПИСЬМА ВЫШЕ НАИМЕНОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.

- В Инструкции по делопроизводству должна фиксироваться следующая информация о логотипе:
- его изображение — образец;
- описание
- размеры и поля
- способы расположения

- Описание:
- Логотип ООО «Дело-пресс» представляет собой графическое изображение наименования организации без дефиса с расположением в нижнем левом углу адреса интернет-сайта компании. Первая часть наименования организации «ДЕЛО» и адрес интернет-сайта изображаются серым цветом (30% черного цвета), вторая часть наименования организации («ПРЕСС») изображается черным цветом (100% черного цвета).

РАЗМЕРЫ ПОЛЯ:

Пример 7

Модульная сетка и свободная зона вокруг логотипа:

Условные обозначения:
А – условная единица измерения, равная ширине логотипа.

СПОСОБЫ РАСПОЛОЖЕНИЯ:

- Логотип ООО «Дело-пресс» размещается в верхнем левом углу на угловом бланке и по центру — на продольном бланке, с соблюдением свободной зоны, равной 1 условной единице измерения с каждой стороны. Логотип располагается над наименованием организации и выравнивается по центру относительно наименования. Логотип может быть размещен исключительно на белом фоне.

ИЗГОТОВЛЕНИЕ ФИРМЕННЫХ БЛАНКОВ

- В зависимости от количества используемых цветов на бланке организации различают:
- черно-белую печать — использование только черной краски;
- печать в несколько цветов — печать в 1–3 краски без передачи полутонов;
- полноцветную печать — печать сложных изображений вплоть до фото графий, с передачей полутонов и оттенков.
- Выбор способа изготовления фирменных бланков зависит от количества экземпляров, используемых цветов (качества печати) и характеристик бумаги.

ИЗГОТОВЛЕНИЯ ФИРМЕННОГО БЛАНКА ЗАВИСИТ ОТ СПОСОБА ПЕЧАТИ. ПРАКТИЧЕСКИ ВЕЗДЕ ВАМ ПРЕДЛОЖАТ МИНИМУМ 2 ВАРИАНТА: ЦИФРОВУЮ ЛИБО ОФСЕТНУЮ ПЕЧАТЬ

- Офсетная печать
- Вид печати, при которой краска передается с печатной формы па промежуточный цилиндр, покрытый резиной, и с него на бумагу. Офсет применяется для печатания многокрасочных журналов, плакатов, географических карт, детских книжек.
- Цифровая печать
- Технология получения оттисков в печатной машине с использованием переменной печатной формы, изменениями в которой при каждом цикле управляет ЭВМ издательской системы. Этот вид техники используют для малотиражных рекламных или коммерческих изданий, в которые должны быть внесены изменения в процессе изготовления тиража. В некоторых машинах возможно внесение изменений после печатания даже одного экземпляра.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К БУМАГЕ:

- для фирменных бланков зависят от используемой печатной техники: у струйных и лазерных принтеров разные «подходы» к нанесению краски. К примеру, струйная печать плохо совместима с глянцевой мелованной бумагой, так как чернила плохо закрепляются на «скользкой» поверхности.
- Для изготовления фирменных бланков с логотипом организации чаще всего используют немелованную бумагу формата А4 (297 × 210 мм) белизной от 96% до 110%, плотностью от 80 г/м, а для полноцветных логотипов — от 100 г/м до 160 г/м.
- Если говорить о мелованной бумаге, то наиболее предпочтительна для фирменных бланков бумага плотностью от 90 г/м — при односторонней печати и использовании 1–3 цветов (без полутонов), либо от 115 г/м — при печати полноцвета и от 130 г/м — при нанесении изображения на оборотную сторону.

СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ БАНК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПРИМОРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ № 2005
БАНК АВАНГАРД
Чистый
B-COPY
Теленом
БАНК АВАНГАРД

ВОТ И ВСЁ!!!!

- Удачи на экзамене.