



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

# BRAND GUIDELINE

ОПИСАНИЕ БРЕНДА NAZARBAYEV UNIVERSITY

JULY 2021

# Что это?

Вы держите в руках Brand Guideline

Nazarbayev University – издание за июль 2021 года.

В данной книге вы найдете необходимые пояснения как пользоваться брендом Nazarbayev University и дочерних организаций.

# Содержание

---

## Описание бренда Nazarbayev University.....4

1.1. Стандарты коммуникаций бренда, основные принципы «сообщения» бренда.....	5
1.2. Стандарты утверждения оформления материалов с использованием бренда Nazarbayev University перед производством .....	7
1.3. Структура брендов (материнский и дочерние бренды).....	10
1.4. Платформа бренда по маркетинговой модели 5W (What, Who, Where, When, Why) .....	12
1.6. Правила использования товарных знаков и наименования автономной организации образования «Назарбаев Университет» .....	17
1.7. Права интеллектуальной собственности.....	20

## Элементы бренда Nazarbayev University ..21

2.1. Правила использования названия Университета .....	22
2.2. Логотип Nazarbayev University .....	24
2.2.1. Минимальный размер логотипа .....	29
2.3. Корпоративный цвет .....	30
2.4.1. Дополнительные (вспомогательные) цвета .....	32
2.4.2. Правила наложения основных цветов на дополнительные цвета .....	33
2.4.3. Рекомендуемые цветовые версии логотипа на дополнительных цветах .....	34
2.4.4. Рекомендуемые группы сочетаний .....	35
2.4.5. Монохромное воспроизведение .....	36
2.5. Правила использования фирменных и дополнительных цветов при различных способах производства .....	37

2.5.1. Правила использования бренда на различных поверхностях (носителях).....	39
2.6. Правила размещения логотипа .....	40
2.7. Корпоративный шрифт .....	41
2.8. Кобрендинг. Использование нескольких логотипов в непосредственной близости .....	42
2.9. Фотостиль Университета .....	44
2.10. Некорректное использование логотипов.....	46

## Дочерние бренды Nazarbayev University 50

3.1. Строение дочерних брендов Nazarbayev University .....	52
3.1. Правила размещения логотипа .....	53
3.1.1. Минимальный размер логотипа .....	54
3.1.2. Логотип организаций.....	55
3.2. Строение гербов школ Nazarbayev University.....	56
3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета .....	58
3.2.2. Флаги с гербами школ Университета .....	66

## Фирменные носители ..... 67

4.1. Корпоративные визитки .....	68
4.2. Корпоративные бланки .....	70

# Описание бренда Nazarbayev University



# 1.1. Стандарты коммуникаций бренда, основные принципы «сообщения» бренда

---

## **Корпоративный бренд Nazarbayev University (corporate brand)**

– это обещание, основополагающая идея, репутация и ожидания, которые складываются в умах людей (представителей внутреннего и внешнего окружения) относительно компании. Это мощный, но нематериальный актив, создающий эмоциональные связи.

**Бренд** – это основная опора продаж и маркетинга. Правильная стратегия брендинга и его индивидуальность повышают осведомленность о компании и лояльность к ней.

# 1.1. Стандарты коммуникаций бренда, основные принципы «сообщения» бренда

---

## **Индивидуальность бренда (brand identity)**

– это невербальное (логотип, фирменный знак и стилистика визуальных коммуникаций) и вербальное (название и тональность коммуникаций) выражение бренда. Индивидуальность поддерживает, выражает, передает и синтезирует бренд. Это самая краткая и быстрая форма коммуникации. Яркая индивидуальность постоянно напоминает о смысле и значении бренда (сущности бренда), а также вызывает разнообразные ассоциации, способствующие узнаваемости бренда.

Индивидуальность бренда должна обладать следующими атрибутами:

- запоминаемость и уместность;
- мгновенная узнаваемость;
- ясность и постоянство образа компании;
- привлекательное преподнесение лица компании;
- юридическая защищенность;
- долговременная ценность;
- хорошая передаваемость.

Назарбаев Университет (далее – Университет) является ведущим ВУЗом Казахстана, ориентированным на выпуск специалистов высочайшего класса, чья деятельность в дальнейшем поднимет экономику страны.

Логотип Назарбаев Университета является единым, унифицирующим элементом, поддерживающим бренд Назарбаев Университета. Идентичность бренда (с помощью слов и визуальных элементов) определяет то, что означает Назарбаев Университет и делает это в убедительной форме, которая отличает его от конкурентов и резонирует с различными представителями как внутренней, так и внешней аудитории.

Существует ряд других логотипов, одобренных Назарбаев Университетом, например, логотипы дочерних организаций путем co-branding. Эти логотипы должны появляться вблизи с учетом правил co-branding с логотипом Назарбаев Университета.

Главное Сообщение Бренда зависит от постоянного использования логотипа во всех рекламных и маркетинговых материалах.

В этом документе содержатся указания по использованию логотипа Назарбаев Университета, включая практические примеры.

## 1.2. Стандарты утверждения оформления материалов с использованием бренда Nazarbayev University перед производством

---

Все принципы и стандарты использования бренда и элементов фирменного стиля описаны в этом документе – Nazarbayev University Brand Guideline, который состоит из 4 глав. Главы представлены в виде правил использования и примеров.

Если вы не нашли что-то в этом документе или затрудняетесь в трактовке правил при решаемой задаче, необходимо обратиться в Департамент Маркетинга и работы со СМИ Назарбаев Университета.

**Схема бизнес-процесса утверждения электронного макета перед производством.**

С целью контроля сохранения принципов брендинга продукции и имиджево-рекламной продукции ВСЕ электронные макеты необходимо предоставить в Департамент маркетинга и работы со СМИ Назарбаев Университета (далее – ДМРС) на утверждение.

В случае, если уполномоченный сотрудник ДМРС дает комментарий или правки по макету – исправленный макет подлежит утверждению после внесения исправлений.



**ВАЖНО!**

В производство отправляется макет после утверждения в ДМРС!

## Маркетинговая составляющая

1. Наименование
  - Название заказа
  - Измеримые характеристики (размер, тип производства, материалы)
2. Краткая информация о заказе:
  - Цель распространения
  - Суть сообщения
  - Мероприятия или площадка, где это будет распространяться (например, сайт, баннер и т.д.)
  - Что-то еще
3. Целевая аудитория:
  - Коротко о получателе (тип занятости, социальный статус и т.д.)

## Дизайн

4. Название
  - Какое текстовое содержание должно быть в «шапке» готового продукта?
5. Логотипы
  - Какие логотипы должны присутствовать?
6. Текст
  - Текст передается в word-формате с оформлением выделений, перечислений и прочего смыслового форматирования текста, которое необходимо в конечном виде
7. Стиль дизайна
  - Прикладывайте файлы, образцы, что является ориентиром графических элементов оформления, цветовой гаммы или стиля дизайна
8. Фотоматериал
  - Прикладывайте файлы либо описывайте, как Вы «видите» оформление макета иллюстрациями
8. Языки
  - Укажите языки и их последовательность или принцип параллельной подачи, или равнозначности
9. Дополнительная информация
  - Дополнительные пожелания к объекту дизайна
10. Сроки исполнения

## Контактная информация

11. Контактное лицо и должность
  - Ответственное лицо, контакт лист для e-mail



Помните, что бриф служит документом, на основе которого составляется техническое задание.

Просим вас давать максимально раскрытые ответы, а также при необходимости делать уточнения.

## 1.3. Структура брендов (материнский и дочерние бренды)

---

### Материнский бренд

У материнского бренда АОО «Назарбаев Университет» – две версии логотипа: основная (вертикальная) и дополнительная (горизонтальная).

### Вертикальная версия



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

### Горизонтальная версия



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

### Файлы логотипов Университета

Логотип доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи:

#### Векторный формат

.ai .eps

#### Растровый формат

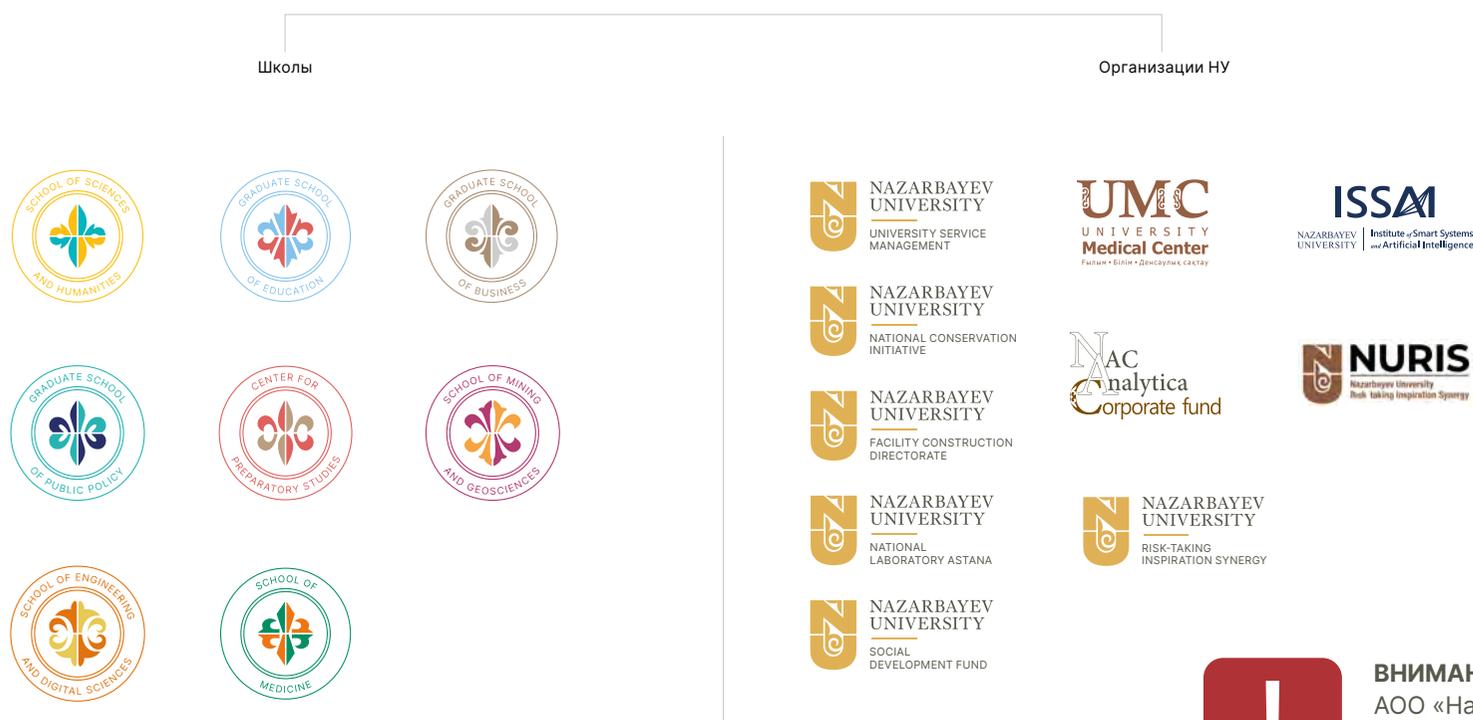
JPG или PNG

Скачать файлы можно в папке

 [NU / Files / Logo](#)

## 1.3. Структура брендов (материнский и дочерние бренды)

### Логотипы дочерних брендов



#### ВНИМАНИЕ!

АОО «Назарбаев Университет» имеет дочерние бренды, некоторые бренды не имеют обособленного юридического статуса

## 1.4. Платформа бренда по маркетинговой модели 5W (What, Who, Where, When, Why)

---

### **Бренд-платформа Nazarbayev University**

Преимущества, которые может дать бренд любому образовательному учреждению, очевидны: бренд – это инвестиция в будущее, бренд упрощает процедуру выбора вуза потребителем; идентифицирует вуз среди конкурентов; гарантирует потребителю качество предоставляемых услуг, формирует доверие.

Идея создания нового университета с сильным ко-брендовым участием международных партнеров принадлежит Президенту страны. Поэтому в том, что «Назарбаев Университет» уже сейчас становится брендом, никаких сомнений нет, потому что с самого начала ставится такая четкая стратегическая задача. А раз такая задача есть – необходимо позиционирование бренда, его бренд-платформа и слоган, определяющий это позиционирование. Данная бренд-платформа выстроена для дальнейшего позиционирования «Назарбаев Университет» после первой декады деятельности вуза.

Бренд-платформа зависит от двух факторов – четкого понимания самого продукта и его целевой аудитории.

На основе этого понимания рождается миссия, ценности, определяются выгоды, строится позиционирование бренда на рынке, его слоган, дальнейшие маркетинговые коммуникации. Систематизируя исходную информацию (контентанализ СМИ, Интернет) по развитию университета и его модели образования, получаем следующую картину (модель 5W).

## 1.4. Платформа бренда по маркетинговой модели 5W (What, Who, Where, When, Why)

---

### ЧТО

#### Конечный продукт – Университет

- Академические программы международного формата
- Зарубежные преподаватели
- Научные лаборатории и исследовательские центры
- Развитая инфраструктура, университетский кампус

#### Конечный продукт – то, что производит Университет

- Профессиональные и конкурентоспособные кадры для компаний и государственных органов
- Научные исследования и публикации в журналах с высоким импакт-фактором
- Инновационные проекты в сфере инженерии, ИТ и других наук

### КТО

#### Самые талантливые студенты РК, СНГ, ASEAN (и в будущем дальнего зарубежья)

- Выпускники специализированных школ, лицеев, гимназий, школ
- Владеющие иностранными языками, английским в частности
- С нестандартным мышлением, гибким умом, широким кругозором
- Обладающие лидерскими качествами
- Непредубежденные, без догматических предрассудков
- Амбициозные, мотивированные, нацеленные на результат

#### Компании и организации РК и зарубежья

- Государственные служащие
- Бизнесмены
- Научные сотрудники
- Люди на управляющих должностях
- Международные организации
- Преподаватели и сотрудники школ и университетов

## 1.4. Платформа бренда по маркетинговой модели 5W (What, Who, Where, When, Why)

ГДЕ	КАК	ПОЧЕМУ
<p><b>Обучение</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Кампус Назарбаев Университета, Нур-Султан, Республика Казахстан.</li> </ul> <p><b>Брендинг</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Регионы РК</li> <li>• Страны СНГ</li> <li>• Страны ASEAN</li> <li>• Дальнейшее расширение (дальнее зарубежье)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Создание брендовых альянсов с самыми престижными вузами мира</li> <li>• Создание современной технологической инфраструктуры университета</li> <li>• Создание практических, производственных, индустриальных площадок под каждое направление специализации</li> <li>• Создание глобальной коммуникационной площадки через стратегический пул лучших отечественных и иностранных кадров, ППС, исследователей и экспертов рынка</li> <li>• Построение и развитие двухсторонних отношений и организация программ по обмену студентами с зарубежными вузами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Образование западного качества, не выезжая за пределы страны</li> <li>• Востребованный диплом</li> <li>• Стратегические партнерства с топовыми вузами мира</li> <li>• Учебный план, составленный по международным стандартам</li> <li>• Зарубежные преподаватели из более 50 стран мира</li> <li>• Язык обучения – английский</li> <li>• Собственный безопасный кампус и развитая инфраструктура</li> <li>• Высокая степень трудоустройства</li> <li>• Оживленная студенческая жизнь</li> <li>• Гранты на обучение</li> </ul>

# Видение

Готовить ученых и специалистов,  
руководителей и предпринимателей,  
необходимых для развития и  
процветания Казахстана и мира.

# Миссия

Стать моделью проведения реформ в системе высшего образования и науки Казахстана и внести вклад в становление Астаны как международного центра инноваций и знаний.

## 1.6. Правила использования товарных знаков и наименования автономной организации образования «Назарбаев Университет»

---

### Общие положения

1. Правила использования товарных знаков и наименования автономной организации образования «Назарбаев Университет» (далее – Правила) разработаны в соответствии с Гражданским кодексом Республики Казахстан, Законом республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», иными нормативными правовыми актами Республики Казахстан.
2. Правила определяют использование товарных знаков и наименования автономной организации образования «Назарбаев Университет» (далее – Университет) структурными подразделениями, в том числе школами, и организациями Университета.
3. Университет является правообладателем товарных знаков, указанных в Приложении 1 к настоящим Правилам.
4. Индивидуальные графические наименования школ и товарные знаки/логотипы (далее – логотипы) организаций утверждаются руководством Университета. Техническое описание и варианты использования индивидуальных графических наименований и логотипов детально изложены в университетском брендбуке, представленном в Приложении 3 настоящих Правил. Школы и организации Университета используют в работе индивидуальные графические наименования и логотипы, указанные в Приложении 2 настоящих Правил.
5. Ответственным за использование товарных знаков и наименования Университета является Департамент маркетинга и работы со СМИ

## 1.6. Правила использования товарных знаков и наименования автономной организации образования «Назарбаев Университет»

---

### Порядок использования товарных знаков и наименования Университета

6. Использование товарных знаков Университета школами и организациями требует согласования в рабочем порядке с Департаментом Маркетинга и работы со СМИ, в том числе для следующих целей:
  - на университетских мероприятиях;
  - на мероприятиях, проводимых за пределами Университета;
  - в информационных материалах и наглядно-имиджевых объектах, предлагаемых к дистрибуции и/или презентации вне Университета, а также для внешних лиц;
  - на портале и веб-сайтах Университета, его структурных подразделений и организаций.
7. Использование товарного знака в виде эмблемы допустимо в исключительных случаях, по согласованию с Департаментом Маркетинга и работы со СМИ Назарбаев Университета.
8. Случаи использования товарных знаков и наименования Университета в коммерческих целях, а также случаи, затрагивающие вопросы интеллектуальной собственности, регулируются законодательством Республики Казахстан.

## 1.6. Правила использования товарных знаков и наименования автономной организации образования «Назарбаев Университет»

---

### Порядок использования индивидуальных графических наименований школ и логотипов организаций Университета

9. Использование товарных знаков Университета школами и организациями возможно исключительно с логотипом Nazarbayev University и требует согласования в рабочем порядке с Департаментом Маркетинга и работы со СМИ, в том числе для следующих целей:
- на университетских мероприятиях, проводимых на территории Университета, без привлечения средств массовой информации и внешних участников;
  - во внутренней переписке, а также переписке с внешними организациями на бланках Школ;
  - на веб-сайтах данных школ и организаций Университета.
10. Индивидуальные графические наименования школ и логотипы организаций Университета не могут использоваться без согласования с Департаментом Маркетинга и работы со СМИ Назарбаев Университета в следующих случаях:
- на мероприятиях, проводимых за пределами Университета;

- в информационных материалах и наглядно-имиджевых объектах, предлагаемых к дистрибуции и/или презентации вне Университета, а также для внешних лиц;
  - на портале, внешних веб-сайтах и веб-сайте Университета;
  - на товарах и продуктах, выпускаемых к внешней дистрибуции;
  - на печатях, штампах и бланках, визитных карточках и т.п., за исключением случаев использования официальных шаблонов.
11. Случаи использования индивидуальных графических наименований школ и логотипов организаций Университета в коммерческих целях, а также случаи, затрагивающие вопросы интеллектуальной собственности, регулируются законодательством Республики Казахстан.

### Заключительные положения

12. Вопросы, не урегулированные настоящими Правилами, определяются и регулируются положениями законодательства Республики Казахстан.

## 1.7. Права интеллектуальной собственности

---

**Комбинированный знак зарегистрирован в песочно и сером цвете в 41, 42, 44 индексах МКТУ согласно пункту 2 статьи 12 Закона Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»**

Перечень товаров и/или услуг:

**41 класса** – воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий;

**42 класса** – научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки; услуги по промышленному анализу и научным исследованиям; разработка и усовершенствование технического и программного обеспечения компьютеров; юридическая служба;

**44 класса** – медицинские услуги; ветеринарные услуги; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; услуги в области сельского хозяйства, огородничества и лесоводства;

**Указание цветов: песочный; серый**

# Элементы бренда Nazarbayev University



## 2.1. Правила использования названия Университета

---

В официальных документах должно употребляться следующее написание, официальное, юридически зарегистрированное название, согласно уставу:

На казахском языке:

**«Назарбаев Университеті» дербес білім беру ұйымы**

На русском языке:

**Автономная организация образования «Назарбаев Университет»**

На английском языке:

**Autonomous organization of education “Nazarbayev University”**

Названия выделяются кавычками, не склоняются и не употребляются во множественном числе. Оба слова названия всегда пишутся с заглавной буквы.

### Склонение названия Университета

Слова в кавычках НЕ склоняются, склоняется только форма собственности, то есть: Автономной организации образования «Назарбаев Университет» «Назарбаев Университеті» Дербес білім беру ұйымына

Допускается использование названия Университета без употребления формы собственности, однако при этом слово «Университет» в названии Университета склоняется, то есть:

Назарбаев Университету

Назарбаев Университетіне

Категорически запрещается использование словосочетаний «Назарбаевский Университет», «Университет Назарбаева».

Не допускается использование полного юридического названия Университета без кавычек и любых других искажений названия Университета, отличающихся от вышеперечисленных, то есть:

Автономная организация образования Назарбаев Университет

Назарбаев Университеті дербес білім беру ұйымы

Автономной организации образования Назарбаев Университету

## 2.1. Правила использования названия Университета

---

### Формы собственности дочерних организаций на трех языках:

Акционерлік қоғам (АҚ)  
Акционерное общество (АО)  
Joint Stock Company (JSC)

Жауапкершілігі шектеулі серіктестік (ЖШС)  
Товарищество с ограниченной ответственностью (ТОО)  
Limited Liability Partnership (LLP)

Жеке мекеме (ЖМ)  
Частное учреждение (ЧУ)  
Private Institution (PI)

Корпоративтік қор (КҚ)  
Корпоративный фонд (КФ)  
Corporate Fund (CF)

Дербес білім беру ұйымы (ДББҰ)  
Автономная организация образования (АОО)  
Autonomous Organization Of Education (AOE)

## 2.2. Логотип Nazarbayev University

---

### Логотип

Логотип (от греческих слов «logos» и «typos», дословно «слово» и «отпечаток») – графический символ в сочетании с оригинальным шрифтовым начертанием названия.

Графический символ логотипа создавался на основе первых букв названия университета N и U, названного в честь Первого Президента РК Нурсултана Абишевича Назарбаева: Nazarbayev University с использованием национального орнамента.

Буквы расположены друг над другом, пустоты заполняют элементы национального узора, символизирующие копье и бараний рог, объединяя буквы логотипа в единое целое.



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

### Файлы логотипов Университета

Логотип доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи:

#### Векторный формат

.ai .eps

#### Растровый формат

JPG или PNG

Скачать файлы можно в папке

 [NU / Files / Logo](#)

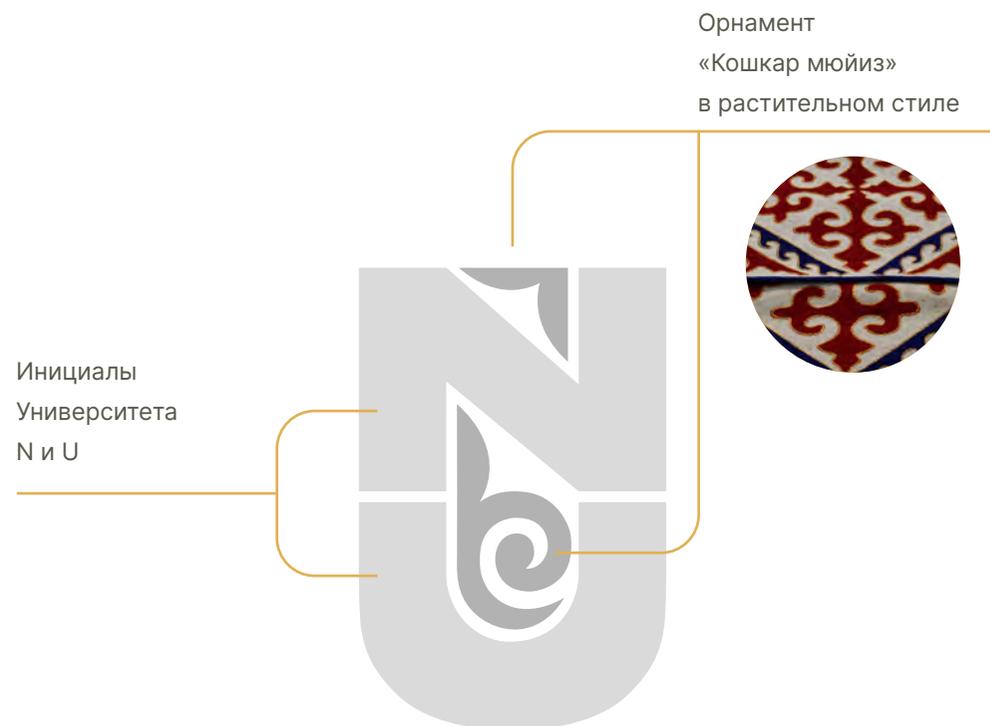
## 2.2. Логотип Nazarbayev University

### Основа построения графического символа логотипа

Исходя из названия Университета в честь Первого Президента Республики Казахстан, были определены основы графического построения логотипа, формирующие философское содержание графических элементов, составляющих общую геральдическую композицию фирменного знака (логотипа).

Национальный орнамент общепризнан одним из видов народного творчества. В орнаменте сосредоточены фундаментальные концепции национального мировоззрения. Одним из самых распространенных и наиболее часто воспроизводимых орнаментов (узоров) является «Кошкар мүйіз», что означает в переводе – бараньи рога. «Кошкар мүйіз» можно увидеть в узоре Национального флага РК и Штандарта Президента РК.

Для создания бренда Nazarbayev University был использован растительный стиль воспроизведения национальной орнаментики, об этом говорят явные символы в виде лепестков и завершие в форме круга (см. сюда). Растительный стиль идеально подходит для брендинга образовательных заведений.



## 2.2. Логотип Nazarbayev University

---

Логотип бренда **Nazarbayev University** базируется на двух столпах: имени Первого Президента Республики Казахстан Елбасы – Нурсултана Абишевича Назарбаева и национальной орнаментике, используемой в государственной символике, выполненной в растительном стиле.

Логотип состоит из двух частей: графического символа и уникального графического написания. Обе части всегда находятся в определенной пропорции друг к другу и имеют фиксированное расположение относительно друг друга.

Логотип бренда зарегистрирован как товарный знак.

### Вертикальная версия логотипа (основной логотип)

Версия на английском языке

Графический символ



Графическое написание

NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

## 2.2. Логотип Nazarbayev University: языковые версии

---

Версия логотипа  
на английском языке



Версия логотипа  
на казахском языке



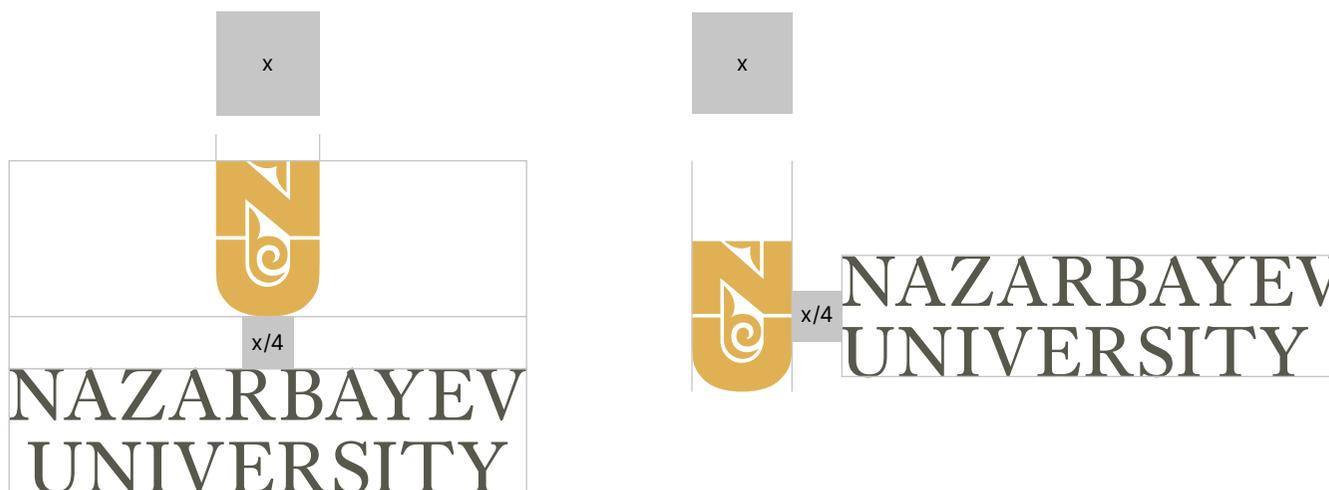
Версия логотипа  
на русском языке



## 2.2. Логотип Nazarbayev University

---

### Построение графики логотипа



#### **ВАЖНО!**

Настоящей инструкцией рекомендуется пользоваться лишь в тех случаях, когда невозможно использование "электронной" версии логотипа

## 2.2.1. Минимальный размер логотипа

---

Вертикальная версия начертания\* логотипа при использовании от 15 до 30 мм \*\*



Горизонтальная версия начертания\* логотипа при использовании от 30 до 50 мм \*\*



\* Версия начертания надписи при использовании менее 30 мм в вертикальном логотипе и менее 50 мм в горизонтальном логотипе

\*\* При уменьшении логотипа менее описанного размера используется только знак, без надписи

## 2.3. Корпоративный цвет

---

### Основные цвета

Основными корпоративными цветами являются: Sand Gold и Gray.

Не допускается использование других цветов, не оговоренных в данном руководстве.

По возможности логотип Назарбаев Университета должен отображаться в основном цвете: NU Sand Gold. Следует проявлять осторожность и применять цвета, закрепленные в спецификации, точно и последовательно.

Логотип также может выглядеть белым, инвертированным из NU Gray, сплошным черным, NU Sand Gold, в основном это касается фотографий или иллюстраций. Для тех случаев, когда печать с помощью красок Pantone невозможна или непрактична, предусмотрено преобразование цветов CMYK.

Никакие другие изменения формата логотипа недопустимы.



\*Старые версии с этим цветом остаются допустимыми, но новые дизайны с этим цветом не допускаются.

## 2.3. Корпоративный цвет

---



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Данное правило распространяется  
и на дополнительные версии логотипа

## 2.4.1. Дополнительные (вспомогательные) цвета

### Дополнительные цвета

Эти цвета могут использоваться в качестве дополнительного акцента в дизайне.

В зависимости от носителя количество используемых цветов может быть разным. Главное основным цветом, чтоб были NU Sand Gold и NU Gray

GENERIC VIRIDIAN



CMYK 100 0 13 51  
RGB 0 126 109  
HEX 007E6D

BONE



CMYK 0 3 13 10  
RGB 230 222 199  
HEX E6DEC7

OXFORD BLUE



CMYK 74 48 0 79  
RGB 14 28 54  
HEX 0E1C36

ANTIQUÉ RUBY



CMYK 0 80 64 54  
RGB 117 23 42  
HEX 75172A

PURPLE MOUNTAIN  
MAJESTY



CMYK 5 38 0 34  
RGB 160 105 169  
HEX A069A9

PERSIAN ORANGE



CMYK 0 33 66 13  
RGB 222 148 76  
HEX DE944C

BLUE MUNSELL



CMYK 60 12 0 32  
RGB 69 153 173  
HEX 4599AD

PLATINUM



CMYK 0 0 0 8  
RGB 235 235 235  
HEX EBEBEB

## 2.4.2. Правила наложения основных цветов на дополнительные цвета

---

Основные  
цвета



Дополнительные  
цвета



## 2.4.3. Рекомендуемые цветовые версии логотипа на дополнительных цветах

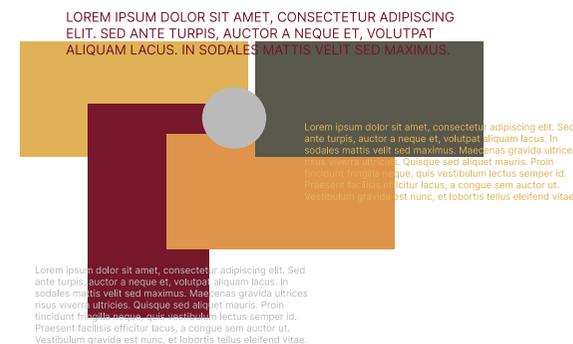
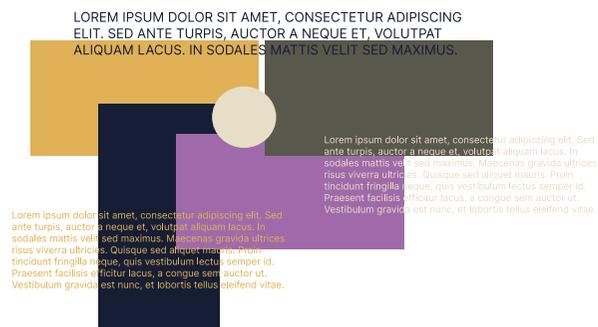
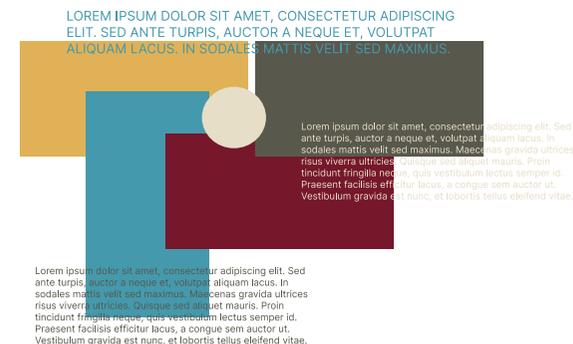
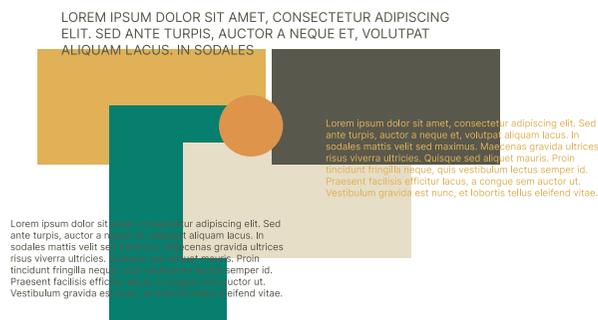
Рекомендуемые сочетания



## 2.4.4. Рекомендуемые группы сочетаний

### Основные правила:

- 1) Рекомендуется в группу сочетаний выводить один из основных цветов
- 2) При внедрении дополнительных цветов наиболее яркий и насыщенный оттенок используется для фонов и элементов, последующие оттенки подбираются более приглушенные
- 3) Допустимо для текстов использовать не только основные цвета, главное — сохранять читабельность
- 4) К любому из цветов допустимо применять эффект Opacity



## 2.4.5. Монохромное воспроизведение

---

Дополнительный вариант воспроизведения логотипа. Используется при монохромной печати. Может окрашиваться в фирменные цвета.

Другие цвета и оттенки к использованию запрещены. Не используется в рекламном сообщении: сайт, брошюра, постер и прочие полноцветные носители.



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY



### Файлы логотипов Университета

Логотип доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи:

#### Векторный формат

.ai .eps

#### Растровый формат

JPG или PNG

Скачать файлы можно в папке

 [NU / Files / Logo](#)

## 2.5. Правила использования фирменных и дополнительных цветов при различных способах производства

---

Дополнительные цвета могут использоваться для оформления цветowych блоков (врезок, заливок), иллюстраций или текстовых акцентов, таких как важные замечания, правила и т.д. Это позволяет создавать единый дизайн фирменной полиграфической продукции и выделять акценты.

Правильное использование цвета усиливает и унифицирует наши коммуникации.

Всегда используйте правильные цветовые характеристики в четырехцветной печати, добивайтесь соответствия цветов согласно Образцу цвета, PANTONE, смесевым краскам CMYK, установкам RGB (Интернет, электронная печать или любые другие виды воспроизводства).

Дополнительная палитра включает 8 цветов CMYK и используется в дизайне электронных макетов при создании цветowych блоков (врезок), иллюстраций или текстовых акцентов, оформления обложек. Эти цвета дополняют основные цвета в целях формирования акцентов, иерархии, глубины и визуального интереса.

Не используйте цвета, которые конфликтуют с изображениями. Выберите из нашей палитры цвета, близкие к цвету, доминирующему в фотографии или иллюстрации.

Использование цвета для выделения текстовой врезки необязательно, при этом слова нельзя выделять в обоих цветах и жирным шрифтом. Подзаголовки могут быть выделены в цвете, но цвет не используется для строк или блоков внутри рабочего текста.

## 2.5. Правила использования фирменных и дополнительных цветов при различных способах производства

---

**Для правильной цветопередачи нужно принять во внимание следующие моменты при полиграфическом производстве (типография):**

Тип бумаги, на которую наносится изображение, очень сильно влияет на получаемый цвет. Уровень впитывания краски, наряду с яркостью и цветом различных сортов бумаги, оказывает влияние на то, как будет выглядеть цвет.

Бумага делится на две основные категории: мелованная (coated) – чаще всего это журналы, буклеты, плакаты; и немелованная (uncoated) – обычная офисная бумага (или офсетная), дизайнерская, крафтовая. Наилучшую передачу цвета обеспечивает мелованная бумага. Немелованная имеет большую впитываемость краски, за счет чего цвет меняется, темнеет, сереет и т.д.

В разное время суток, а также в зависимости от искусственного освещения (температура света – теплый, холодный), пигменты печатной краски могут смотреться абсолютно по-разному и менять оттенок в зависимости от того,

где их рассматривают – при солнечном или искусственном освещении. В типографиях обязательно использовать специальную кабину для просмотра цветов, чтобы корректно сопоставить напечатанный цвет с шаблоном.

При плоттерной печати – в зависимости от марки производителя и используемого материала, цветопередача могут сильно отличаться от эталона. Подбирайте цвета, наиболее близкие к Образцу цвета.

## 2.5.1. Правила использования бренда на различных поверхностях (носителях)

---

### Технологии нанесения фирменной символики в сувенирной продукции

**Шелкография, тампопечать, трафаретная печать** – нестандартные технологии нанесения для различных материалов, например, ткани, пластика, винила и пр. При производстве возможны ограничения на использование градиентных заливок и полутонов. Рекомендуется двухкрасочная печать (2+0). При сувенирном производстве риск несоответствия цвета эталону высок, поэтому всегда необходимо «подгонять» по образцу цвета – передайте в начале заказа Образец цвета поставщику для соответствия фирменных цветов конечному результату.

**Вышивка, аппликация, термоперенос** – технологии нанесения изображений на ткань зачастую не позволяют точно передать цвет. Если альтернативы отсутствуют, подбирайте цвета, наиболее близкие к Образцу цвета.

**Гравировка, тиснение, конгрев** — технологии нанесения по отделочным материалам (металл, кожа и т.п.). В данном случае нанесение производится механическим воздействием на материал. Рекомендуется использовать монохромную версию логотипа.

## 2.6. Правила размещения логотипа

### Охранное поле

Для точного и узнаваемого позиционирования бренда Nazarbayev University логотип должен размещаться по центру отведенного пространства, которое должно быть максимально свободным от прочих элементов.

В пределах свободного поля НЕ ДОПУСКАЮТСЯ:

- тексты, в том числе слоганы и таблицы;
- графика, в том числе и фирменный стилеобразующий элемент;
- любые иллюстрации и фотоматериалы.

НЕ МЕНЯТЬ ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА!!!



### ВАЖНО!

В некоторых случаях (например, использование логотипа в co-branding) необходимо увеличение или уменьшение свободного поля логотипа. Каждый из этих случаев необходимо согласовывать с Департаментом Маркетинга и работы со СМИ отвечающего за соблюдение фирменного стиля корпоративного бренда

## 2.7. Корпоративный шрифт

---

### Основные принципы использования шрифтов

Фирменные шрифты Prata и Inter должны использоваться для работ по дизайну макетов внутри университета, рекламными подразделениями и партнерами в материалах и макетах сувенирной продукции.

В текущей работе, при оформлении презентаций и во внутреннем документообороте следует использовать системный шрифт Arial и Times New Roman.

# Prata Regular

### Титульный

Для набора заголовков и слоганов

# Inter Bold

### Акцентный

Для набора акцентного блока внутри основного текста

# Inter Regular

### Текстовый

Для набора основных текстовых блоков

### Шрифты Университета

Шрифт доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи:

#### Десктоп

.otf .ttf

#### Веб

.woff

Скачать файлы можно в папке

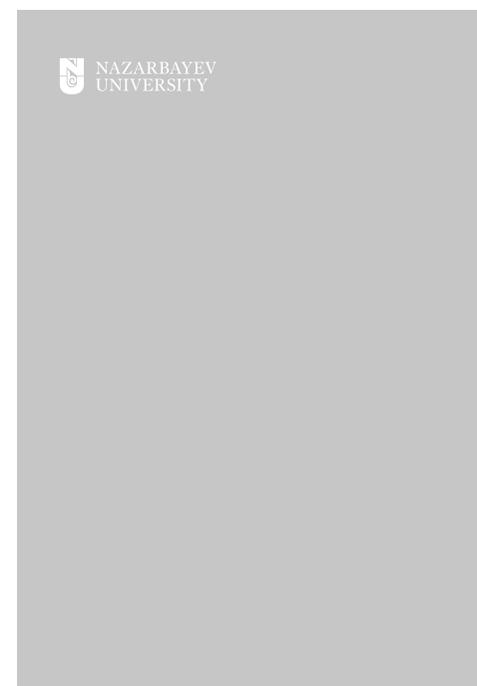
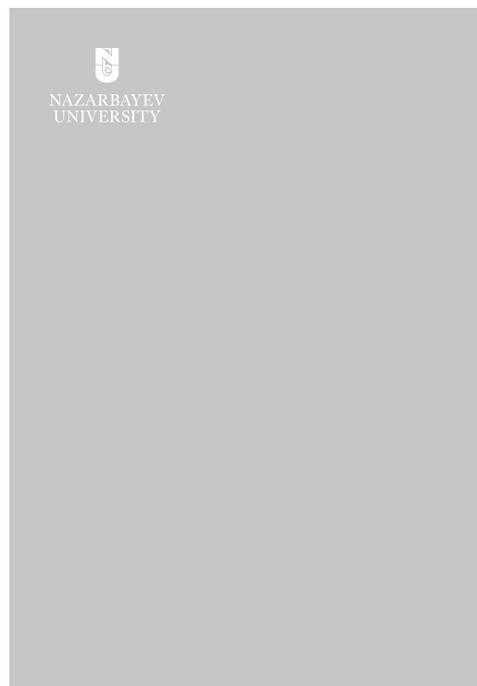
 [NU / Files / Font](#)

## 2.8. Кобрендинг. Использование нескольких логотипов в непосредственной близости

---

При использовании другого логотипа на имиджевом или рекламном носителе всегда приоритетное место размещения выделяется логотипу Nazarbayev University в левом верхнем углу.

В некоторых случаях можно разместить на других 3-х углах.



### **ВАЖНО!**

Цвет логотипа зависит от фона носителя.  
Главное использовать фирменные цвета.

## 2.8. Кобрендинг. Использование нескольких логотипов в непосредственной близости

---

Логотип университета располагается слева от логотипа дочерней или другой организации

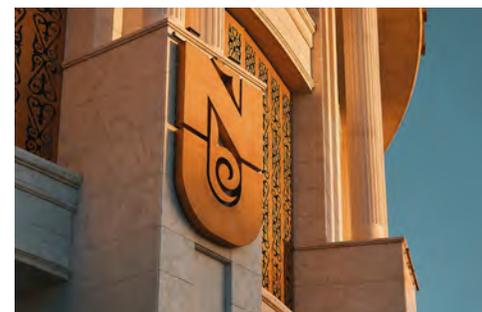


## 2.9. Фотостиль Университета

---

Яркие и статичные панорамы Университетских ландшафтов транслируют масштабы зданий.

Ровная линия горизонта, фронтальная съёмка, яркая цветовая гамма, — всё это должно быть характерным приемом для фото.



## 2.9. Фотостиль Университета

Главные герои фотографий Назарбаев Университета – талантливые молодые люди – наши студенты. Они олицетворяют лучшее, что мы делаем для всего общества. Фотография строится таким образом, чтобы у зрителя создавалось четкое ощущение, что герой испытывает радость и удовольствие от своей причастности Назарбаев Университету, а также уверенность в своем будущем. Композиционно позитив и уверенность персонажа подчеркиваются посредством крупных планов – предпочтительно погрудных или поясных, улыбка, взгляд направлен в камеру. Персонаж фотографии позитивен, дружелюбен и жизнерадостен. Он всегда представлен на фоне своего обычного рабочего/учебного/жизненного пространства. Групповые фотоизображения должны быть созданы в жанре репортажной съемки: образы должны быть естественными, не нарочитыми, создавать ощущение динамики и драйва, передавать многоязычность и поликультурность университетской и студенческой среды НУ.



## 2.10. Некорректное использование логотипов

---

Логотип может использоваться только в допустимых графических решениях. Любые отклонения и модификация этих решений крайне негативно влияют не только на узнаваемость, но и на визуальный образ и общий имидж бренда, а также на имидж и уровень ассоциируемых с брендом компаний.

Данные правила цветовых трансформаций логотипа аналогичны для фирменного блока.



### **ВАЖНО!**

Необходимо с максимальным вниманием относиться к корректному использованию важнейших инструментов визуальной идентификации бренда, которыми являются логотип и фирменный блок

## 2.10. Некорректное использование логотипов

---

Запрещается изменять последовательность применения цветов



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Запрещается изменять цвета логотипа



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Запрещается изменение пропорций элементов, увеличение или уменьшение отдельных элементов знака



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Запрещается применение обводок вокруг знака, а также применение эффекта тени к знаку или его составным частям



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Запрещается применять рамки и иные графические элементы, нарушающие охранные поля



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Запрещается любое другое взаимное расположение символа и логотипа



## 2.10. Некорректное использование логотипов

Запрещается изменение расстояния между символом и логотипом



Не допускается искажение пропорций (растягивание и сжатие) знака



Запрещается исказить форму логотипа, применять перспективу и прочие спецэффекты



Запрещается видоизменять написание шрифта в логотипе



Запрещается размещать логотип на фоне цветов, которые не входят в состав основных фирменных



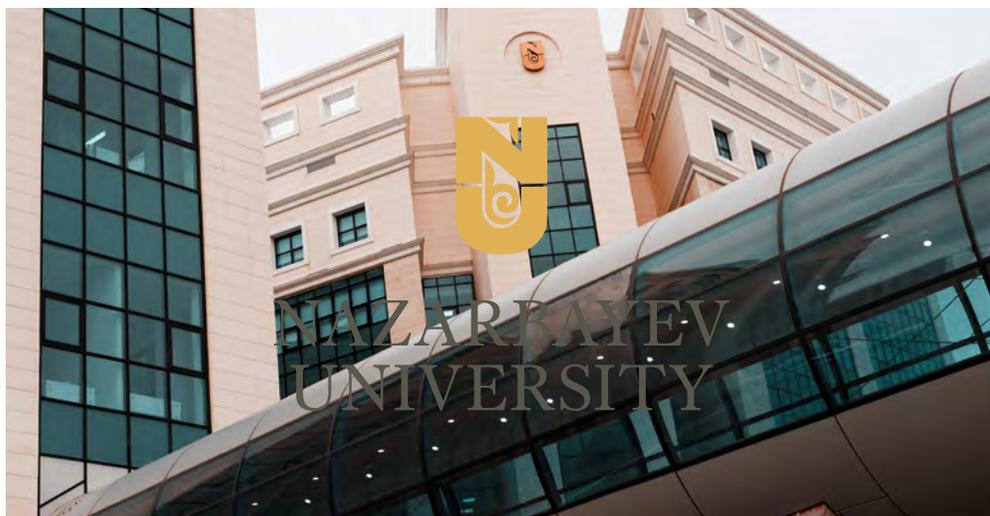
Запрещается размещать логотип на фоне неоднородного цвета и на градиентных заливках



## 2.10. Некорректное использование логотипов

---

Запрещается размещать логотип на фоне фотографий, иллюстраций, а также на каких-либо графических элементах без учета контрастности



# Дочерние бренды Nazarbayev University





NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Школы

Организации НУ



## 3.1. Строеение дочерних брендов Nazarbayev University

Логотип саббренда Университета состоит из элементов материнского бренда с названием дочерней организации.

Графический символ

Графическое написание



### Файлы логотипа дочернего бренда

Логотип доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи:

#### Векторный формат

.ai .eps

#### Растровый формат

JPG или PNG

Скачать файлы можно в папке

 [NU / Files / Logo /Subbrands](#)

## 3.1. Правила размещения логотипа

### Охранное поле

Для точного и узнаваемого позиционирования саббренда Nazarbayev University логотип должен размещаться по центру отведенного пространства, которое должно быть максимально свободным от прочих элементов.

В пределах свободного поля НЕ ДОПУСКАЮТСЯ:

- тексты, в том числе слоганы и таблицы;
- графика, в том числе и фирменный стилиобразующий элемент;
- любые иллюстрации и фотоматериалы.



НЕ МЕНЯТЬ ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА!!!



### ВАЖНО!

В некоторых случаях (например, использование логотипа в со-branding) необходимо увеличение или уменьшение свободного поля логотипа. Каждый из этих случаев необходимо согласовывать с ДМРС отвечающего за соблюдение фирменного стиля корпоративного бренда

## 3.1.1. Минимальный размер логотипа

---

Горизонтальная версия начертания\* логотипа при  
использовании от 50 до 25 мм \*\*



50 мм



25 мм

\* Версия начертания надписи при использовании менее 50 мм  
в горизонтальном логотипе

\*\* При уменьшении логотипа менее описанного размера  
используется только знак, без надписи

## 3.1.2. Логотип организаций

---



## 3.2. Строение гербов школ Nazarbayev University

Герб школы Университета строится на системе, где у каждой школы внутри круга фирменный знак.

Использование герба школы возможно исключительно с логотипом Nazarbayev University для целостности образа Университета.

Логотип Университета



NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

Название школы

Знак школы



### Файлы герба школ

Герб доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи:

#### Векторный формат

.ai .eps

#### Растровый формат

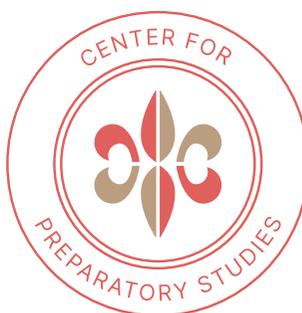
JPG или PNG

Скачать файлы можно в папке

 [NU / Files / Logo / Schools](#)

## 3.2. Гербы школ

---



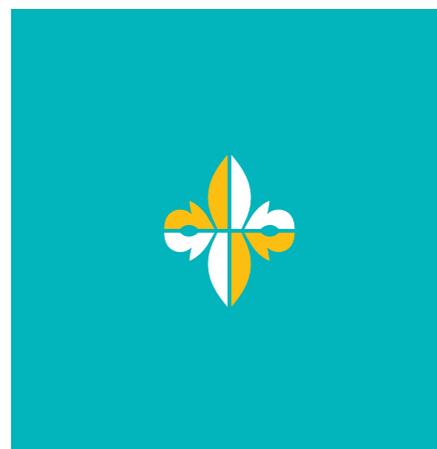
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



CMYK 0 28 91 0  
RGB 250 189 53  
HEX fabd35



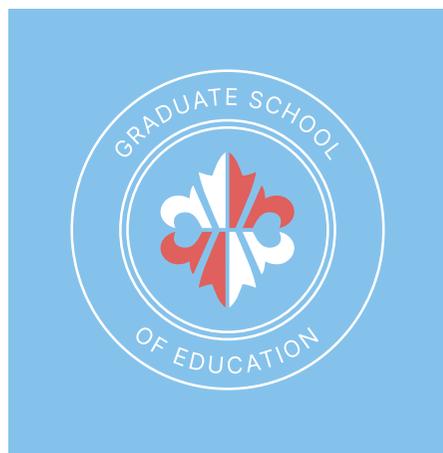
CMYK 75 0 30 0  
RGB 0 178 186  
HEX 00b2ba



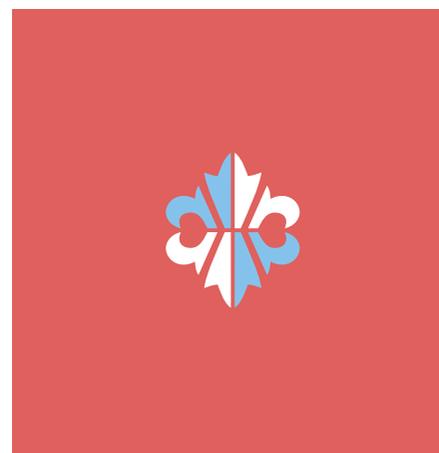
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



CMYK 48 3 0 0  
RGB 141 206 241  
HEX 8dcef1



CMYK 0 72 54 0  
RGB 234 103 101  
HEX ea6765



## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



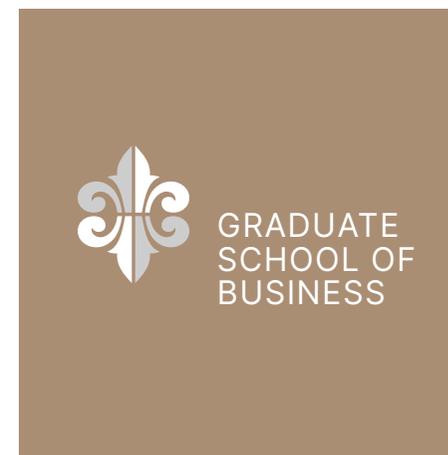
CMYK 28 38 49 17  
RGB 171 143 120  
HEX ab8f78



CMYK 22 17 18 1  
RGB 207 205 204  
HEX cfcfcc



GRADUATE  
SCHOOL OF  
BUSINESS



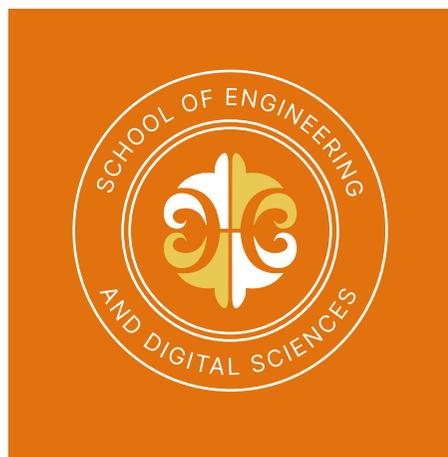
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



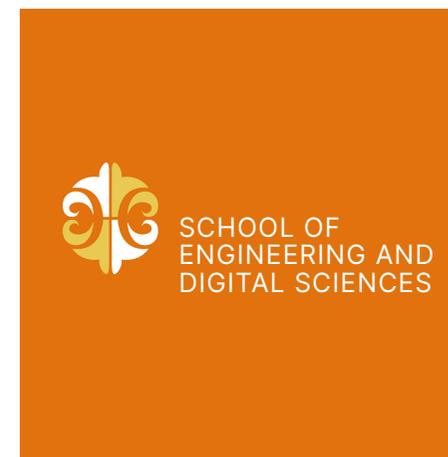
CMYK 1 63 97 0  
RGB 235 118 39  
HEX eb7627



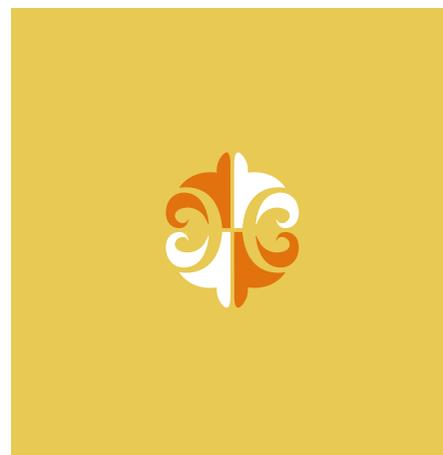
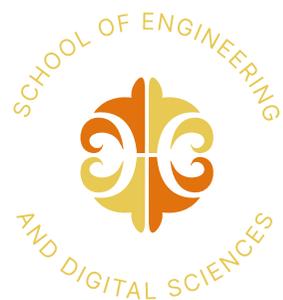
CMYK 11 19 76 1  
RGB 232 199 92  
HEX e8c75c



SCHOOL OF  
ENGINEERING AND  
DIGITAL SCIENCES



SCHOOL OF  
ENGINEERING AND  
DIGITAL SCIENCES



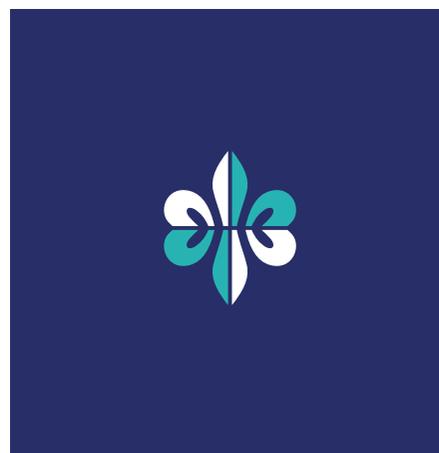
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



CMYK 68 0 30 0  
RGB 70 185 188  
HEX 46b9bc



CMYK 100 93 30 15  
RGB 40 48 98  
HEX 283062



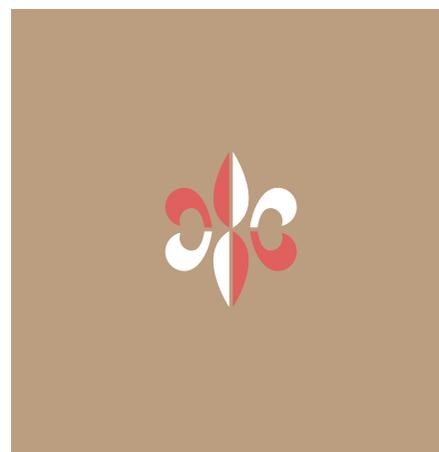
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



CMYK 0 72 53 0  
RGB 234 103 103  
HEX ea6767



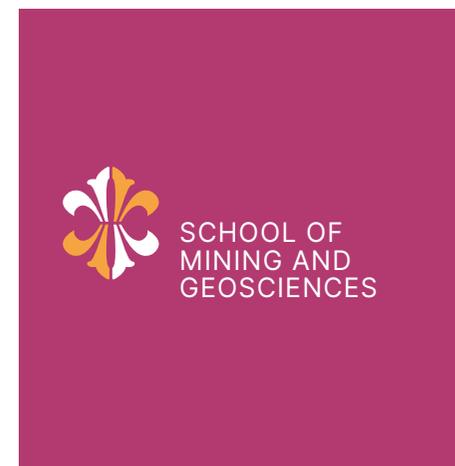
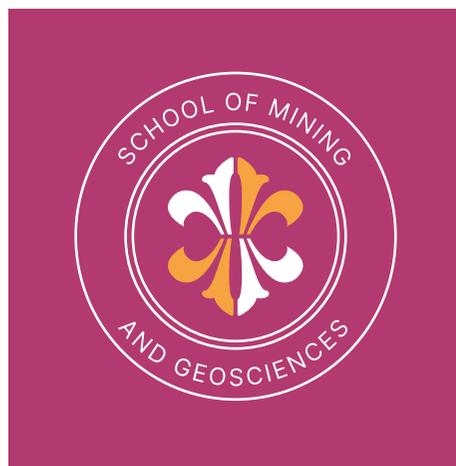
CMYK 34 34 47 11  
RGB 187 158 132  
HEX bb9e84



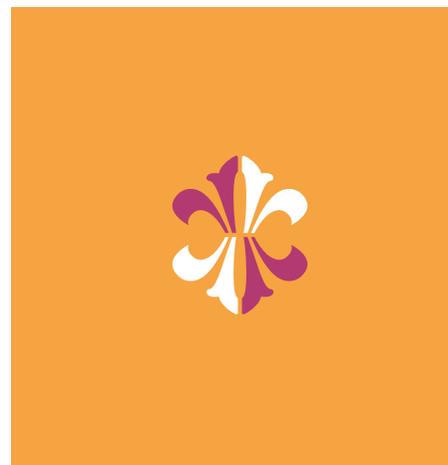
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



CMYK 27 87 24 8  
RGB 178 61 113  
HEX b23d71



CMYK 0 44 80 0  
RGB 244 160 74  
HEX f4a04a



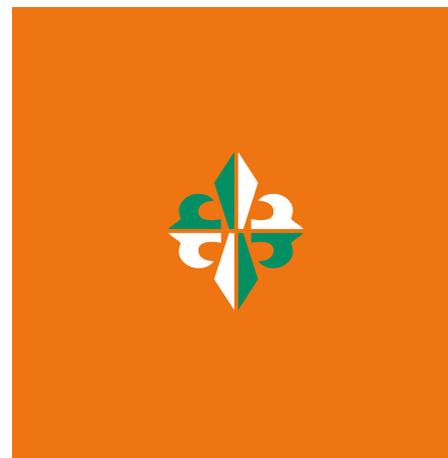
## 3.2.1. Цветовая гамма гербов школ Университета



CMYK 80 12 71 0  
RGB 35 155 108  
HEX 239b6c



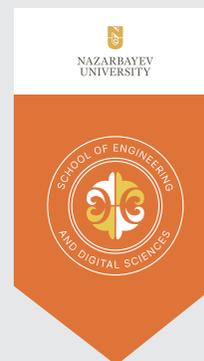
CMYK 0 61 96 0  
RGB 237 123 41  
HEX ed7b29



## 3.2.2. Флаги с гербами школ Университета

На данной странице представлены флаги с гербами школ Университета.

В верхней части флага размещается логотип Университета, в нижней — логотип школы на фоне своего основного цвета.



# Фирменные носители



## 4.1. Корпоративные визитки



### Визитки Университета

Визитка доступна в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи

### Для редактирования

.ai .cdr

### Для печати

.pdf

### Технические характеристики

Печать 4+4 на матовой бумаге Colotech плотностью 300 гр/м<sup>3</sup>

Скачать файлы можно в папке

 NU / Files / Business card

## 4.1. Корпоративные визитки



### Визитки Университета

Визитка доступна в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи

### Для редактирования

.ai .cdr

### Для печати

.pdf

### Технические характеристики

Печать 4+4 на матовой бумаге Colotech плотностью 300 гр/м<sup>3</sup>, матовый припресс, выборочная лакировка

Скачать файлы можно в папке

 NU / Files / Business card

## 4.2. Корпоративные бланки: стандартный бланк



### Корпоративные бланки Университета

Бланк доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи

#### Для редактирования

.ai .cdr

#### Для печати

.pdf

#### Технические характеристики

Печать 4+0 на матовой бумаге Colotech плотностью 120 гр/м<sup>3</sup>

Скачать файлы можно в папке

 NU / Files / Letterhead

## 4.2. Корпоративные бланки: бланк решения



### Корпоративные бланки Университета

Бланк доступен в различных форматах. Важно выбрать правильный формат для требуемой задачи

#### Для редактирования

.ai .cdr

#### Для печати

.pdf

#### Технические характеристики

Печать 4+0 на матовой бумаге Colotech плотностью 120 гр/м<sup>3</sup>

Скачать файлы можно в папке

 NU / Files / Letterhead