

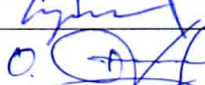




| | | |
|---|--|-------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет» | СК-П-01 |
| | | Версия 01 |
| | | Стр. 1 из 3 |

УТВЕРЖДЕНО
 приказом ректора университета
 от «17» 10 2022 г.
 № 75

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке использования фирменного стиля Волгоградского государственного технического университета

| | Наименование подразделения | Фамилия И.О. руководителя | Подпись | Дата |
|-------------|----------------------------------|---------------------------|---|------|
| Разработано | Рабочая группа по маркетингу | Фролов Д.П. |  | |
| Согласовано | Первый проректор | Кузьмин С.В. |  | |
| Согласовано | Проректор по молодежной политике | Пескова О.С. |  | |
| Проверено | ОМКОД | Текин А. В. |  | |

| | | |
|---|--|-------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет» | СК-П-01 |
| | | Версия 01 |
| | | Стр. 2 из 3 |

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение об использовании фирменного стиля ФГБОУ ВО «Волгоградского государственного технического университета» (далее – ВолгГТУ, университет) (далее – Положение) определяет цели и порядок использования фирменного стиля университета его структурными подразделениями, а также третьими лицами.

1.2. Положение обязательно для использования во всех структурных подразделениях и всеми работниками университета, у которых в процессе их деятельности возникает необходимость в использовании логотипа, фирменного шрифта, стилеобразующих элементов, цветовых решений и других элементов фирменного стиля университета.

1.3. Изменения и дополнения в Положение выносятся на рассмотрение и принимаются Ученым советом и утверждаются ректором университета.

2. Термины и определения

В настоящем положении используются следующие определения:

Бренд – комплекс ассоциаций и позитивных эмоций, связанных с университетом, в массовом сознании различных целевых аудиторий (объектов информационных воздействий).


Брендбук (руководство по использованию фирменного стиля) – официальный документ, в котором приведены стандарты фирменного стиля университета и руководство по применению его визуальных элементов.

Фирменный стиль – система визуальной идентификации университета, способствующая формированию его положительного имиджа и репутации и усиливающая эффективность взаимодействий с потребителями услуг университета, его партнерами и другими целевыми аудиториями.

Логотип – официальная эмблема, используемая университетом для создания четких ассоциаций со своим брендом и повышения узнаваемости среди целевых аудиторий.

Брендируемая продукция – рекламно-сувенирные изделия с нанесением логотипа и/или других элементов фирменного стиля университета, используемые в качестве корпоративных сувениров, призов, подарков или раздаточных материалов для повышения лояльности целевых аудиторий.

Рекламно-информационные материалы – рекламная информация в различных формах и на различных носителях, используемая для продвижения бренда университета и привлечения внимания целевых аудиторий.

| | | |
|---|--|-------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет» | СК-П-01 |
| | | Версия 01 |
| | | Стр. 3 из 3 |

3. Фирменный стиль университета используется в целях

3.1. Укрепление положительного имиджа и репутации университета, расширение информационного присутствия университета в медиапространстве.

3.2. Формирование корпоративной культуры использования фирменного стиля университета, унификация визуального оформления коммуникаций университета с целевыми аудиториями.

3.3. Повышение эффективности и обеспечение единого подхода к организации и использованию средств корпоративных коммуникаций университета.

4. Порядок использования фирменного стиля университета

4.1. Использование фирменного стиля ВолгГТУ структурными подразделениями и работниками осуществляется в соответствии с брендбуком университета:

4.1.1. при создании визуальных носителей фирменного стиля:

а) рекламно-информационных материалов (рекламы в прессе, ТВ-рекламы, выставочных стендов, наружной рекламы и т.д.);

б) брендированной продукции, в том числе:

атрибутов деятельности (презентаций, визиток, грамот, вывесок и т.д.);

средств визуальной идентификации (одежды, сувенирной продукции и т.д.);

4.1.2. при разработке и оформлении веб-сайтов и социальных сетей университета;

4.1.3. при осуществлении научной, образовательной, научно-популярной, выставочной, издательской и полиграфической деятельности, в том числе при проведении конференций, форумов, презентаций, семинаров и других публичных мероприятий, проведении культурно-массовых мероприятий, рекламных и PR-кампаний по продвижению бренда университета.

4.2. Ответственность за корректное использование фирменного стиля университета возлагается на руководителей структурных подразделений.

4.3. Контроль за соблюдением стандартов использования фирменного стиля и функция консультирования по соответствующим вопросам возлагаются на управление по связям с общественностью ВолгГТУ.

5. Заключительные положения

5.1. Положение и все изменения и дополнения к нему вступают в силу с даты их утверждения ректором университета.

5.2. В случае если отдельные нормы Положения вступят в противоречие с законодательством Российской Федерации, они утрачивают силу, и применяются соответствующие нормы законодательства Российской Федерации. Недействительность отдельных норм Положения не влечет недействительности других его норм и всего Положения в целом.