

**MANUAL DE
IDENTIDADE
CORPORATIVA**

NORMAS E PADRÕES DE UTILIZAÇÃO



Núcleo de Extensão

VERSÕES DA MARCA

01 BÁSICA	2
02 P&B E NEGATIVO	3
03 ASSINATURA CONJUNTA	4

REGRAS GERAIS

04 AREJAMENTO E REDUÇÃO	5
05 APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS	6
06 USOS INCORRETOS	7

ELEMENTOS ESSENCIAIS

07 COR INSTITUCIONAL	8
08 TIPOGRAFIA	9

APRESENTAÇÃO

Este manual contempla de forma abrangente todos os aspectos de comunicação da marca do Núcleo de Extensão das Faculdades Promove e Kennedy. É de vital importância seguir os procedimentos descritos, a fim de alcançarmos o nosso objetivo: fazer da nossa marca uma ferramenta de sucesso através de uma padronização visual consistente.

01 VERSÕES DA MARCA

BÁSICA

A marca é a assinatura do Núcleo de Extensão.
É a principal assinatura e deverá ser usada
em todas as suas manifestações visuais (folhetos,
impressos, formulários, publicidade).



02 VERSÕES DA MARCA

P&B E NEGATIVO

A reprodução desta assinatura deverá ser feita por processos digitais a partir de original autorizado. Caso seja necessária a sua construção por outros processos, seguir rigorosamente o esquema de construção especificado adiante.



03

VERSÕES DA MARCA

ASSINATURA CONJUNTA

Nas assinaturas conjuntas a altura total não deve ultrapassar a altura total de outras marcas em assinaturas conjuntas. O alinhamento inferior deve observar a base da marca, de acordo com o exemplo ao lado.



04

REGRAS GERAIS

AREJAMENTO E REDUÇÃO

A marca deve ser aplicada em uma área livre de interferências ou margens. O parâmetro definido para área de respiro é "x", afim de valorizar sem que algum elemento exerça competição pela atenção do leitor, sendo expressamente proibida a colocação de qualquer elemento ou corte em uma área inferior a "x". Para não comprometer a legibilidade da assinatura institucional, a marca não deve ter largura inferior a 3 cm.

Arejamento



Proporção



Redução



05

REGRAS GERAIS

APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

A marca uporta as seguintes aplicações em fundos coloridos: aplicação em branco sobre fundo azul, aplicação em branco sobre fundos mais escuros, abaixo de 20% de preto a melhor aplicação é em cor. Deve-se evitar: aplicação em cor sobre fundos coloridos, preto ou e tons de cinza.



06

REGRAS GERAIS

USOS INCORRETOS

É expressamente proibida a distorção da marca contrariando as proporções estabelecidas: distorção por expansão, distorção por condensação, distorção por inclinação, distorção por transformação, mudanças na estrutura construtiva e nas aplicações sugeridas de uso das cores.



07 ELEMENTOS ESSENCIAIS

COR INSTITUCIONAL

A cor institucional deverá seguir o padrão cromático de referência indicado, independente do suporte ou tipo de tinta. O resultado não deverá apresentar diferença de tonalidade com a cor de referência.



PANTONE
287C

CMYK
C100 M85 Y0 K10
RGB
R42 G65 B141
Hexadecimal
#2A418D



PANTONE
185C

CMYK
C0 M100 Y85 K0
RGB
R226 G0 B43
Hexadecimal
#E2002B



PANTONE
2012C

CMYK
C0 M50 Y100 K0
RGB
R242 G148 B0
Hexadecimal
#F29400

08

ELEMENTOS ESSENCIAIS

TIPOGRAFIA

É a família tipográfica para uniformizar as informações escritas em material institucional. A tipografia tem o objetivo de estabelecer uma correspondência entre a marca e as mensagens verbais. As famílias tipográficas sugeridas são: Floane e Roboto.

Floane Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Roboto Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

comunicacao@somospromove.com.br / comunicacao@somoskennedy.com.br

