

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
ЦЕНТРАЛЬНОГО СПОРТИВНОГО КЛУБА АРМИИ
(ЦСКА)



г. Москва, 2015

! Руководство содержит систему использования логотипа, рекомендации по использованию фирменных элементов.

Требования подготовки макетов к печати, форматы носителей и правила печати перечислены в приложении, на странице 222.

Габаритные схемы рекламных конструкций и навигационных указателей указаны в приложении, на странице 225.

**ПОЖАЛУЙСТА, ИСПОЛЬЗУЙТЕ РУКОВОДСТВО
ПРИ СОЗДАНИИ ВИЗУАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ
И СЛЕДИТЕ ЗА ТЕМ, ЧТОБЫ ДАННЫЕ ПРАВИЛА
СОБЛЮДАЛИСЬ ВАМИ И ВАШИМИ ПАРТНЕРАМИ**

СОДЕРЖАНИЕ

I. Правила использования логотипа.....	4	Пример заполнения бланка.....	48	Оформление изображений	103	Стелла.....	171
1. Логотип	5	Папка для бумаг А4	49	Оформление графиков и диаграмм.....	110	Указатели проезда на территории.....	174
Основной логотип	6	Визитная карточка корпоративная.....	50	Оформление таблиц	113	Парковочный столбик.....	175
Упрощенный логотип.....	7	Визитная карточка личная	52	Правила оформления презентаций.....	114	Пропуск на территорию для автомобиля.....	176
Монохромный логотип	8	Бейдж сотрудника	54	Типографика.....	118	Фасадная вывеска (шаблон).....	177
Логотип СДЮШОР.....	9	Пропуск сотрудника	55	5. Рекламные материалы.....	122	Табличка у входа.....	178
Логотип с указанием города.....	10	Временный пропуск.....	56	Формат А3.....	123	Входная группа	181
2. Фирменный блок	13	Удостоверение сотрудника.....	57	Формат А4.....	125	Служебные указатели	183
3. Использование логотипа	15	Грамота.....	58	Формат А5.....	127	4. Спортивный объект интерьер	185
Недопустимые варианты использования	16	Грамота МО.....	60	Биллборд 3×6 м.....	129	Бренд-wall	186
Варианты цветового фона		Конверт Е65, С5, С4.....	62	Биллборд 5×15 м	131	Служебные указатели	187
для размещения логотипа.....	17	Печать.....	63	Биллборд 10×5 м.....	133	Указатели прохода.....	188
Зона однородности.....	18	2. Сувенирная продукция	64	Roll-up.....	135	Навигационные пиктограммы.....	189
Минимальный размер	19	Карандаш. Ручка. Флешка	65	Веб-банеры.....	137	Подвесные информационные панели	190
Свободное поле.....	21	Блокнот А5	66	Структура исходных файлов макетов	141	5. Ко-брендинг логотипа ЦСКА и логотипов	
4. Фирменные шрифты.....	22	Обложка ежедневника.....	67	7. Полиграфические материалы.....	143	дочерних клубов.....	191
Шрифтовая пара	23	Настольный флаг	68	Брошюра А4	144	Внешний ко-брендинг	
Шрифтовая система	24	Визитница.....	69	Листовка А4.....	145	в рамках стиля ЦСКА	192
Шрифт для электронной переписки.....	25	Подставка для визиток.....	70	Брошюра А5.....	146	Внешний ко-брендинг	
Шрифтовая пара		Кружка	71	Брошюра «Евро» формата	148	в рамках стиля бренда партнера.....	199
для офисных документов	26	Футболка	72	Фотостиль	149	Равноправные отношения брендов.....	207
5. Фирменные цвета.....	27	Кепка.....	73			Доминирование бренда партнера.....	214
6. Фирменные графические элементы.....	30	Пакет.....	81	III. Элементы ориентирования		IV. Приложение	221
7. Примеры применения правил.....	34	Вымпел.....	85	на территории	153	Технические требования к печатным	
II. Элементы фирменного стиля	40	Костер.....	86	1. Навигация	154	материалам фирменного стиля	222
1. Фирменные продукты.....	41	Сувенирный шоколад	87	Фасадная вывеска	155	Габаритные схемы рекламных конструкций	
Почтовый бланк	42	3. Цифровые носители	88	Табличка у входа.....	157	и навигационных указателей	225
Общий бланк	43	Электронная подпись	89	Уличный флаг	160	Логотип на англ. языке	233
Бланк для факса	44	Статичная заставка экрана монитора.....	90	2. Внутренние обозначения	161	Фирменные бланки на англ. языке	240
Бланк именной.....	45	4. Оформление презентации	92	Таблички кабинетов	162	Визитные карточки на англ. языке.....	248
Бланк руководителя.....	46	Главный слайд презентации.....	93	Информационный стенд	166		
Бланк заместителя	47	Слайд раздела.....	97	3. Брендинг спортивного объекта.....	169		
		Текстовый слайд.....	98	Дорожные указатели проезда.....	170		
		Маркеры списка.....	100				

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

ЛОГОТИП

Использование версии логотипа остается на усмотрение маркетолога.
Логотип с таглайном. Логотип упрощенный. Монохромный логотип.



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ



СДЮШОР
ПЛАВАНИЕ И ПРЫЖКИ
В ВОДУ

ЛОГОТИПЫ С УКАЗАНИЕМ ГОРОДА



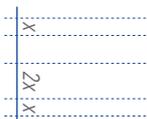
**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**

МОСКВА



**СДЮШОР
ПЛАВАНИЕ И ПРЫЖКИ
В ВОДУ**

МОСКВА





ЦСКА

**Ц
С
К
А**

ЦСКА

**Ц
С
К
А**



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Расположение и масштаб названия клуба относительно герба.

Тип фирменного блока выбирается в зависимости от носителя



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

**НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ
НЕПРАВИЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

Запрещено изменение соотношения размеров элементов.



Запрещено использование не фирменных цветов и градиентов.



Запрещено использование произвольных обводок логотипа.



Запрещено изменение соотношения размеров таглайна
относительно фирменного знака, кроме указанных выше вариантов
фирменного блока.



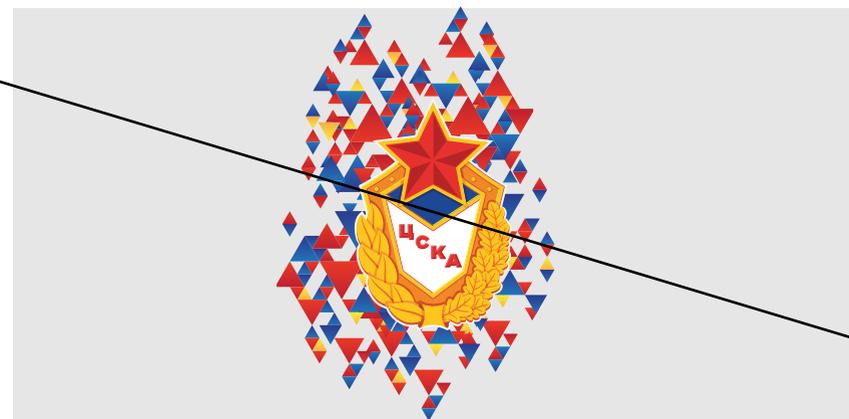
**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**

**ВАРИАНТЫ ДОПУСТИМОГО ЦВЕТОВОГО ФОНА
ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ЛОГОТИПА**

Запрещено размещать на фоне лиц людей, а так же очень пестрых изображений.



Запрещено размещать на фоне мелкой фирменной графики.



Запрещено использовать обводку для выделения логотипа на фоне.



Запрещено размещать на фоне не фирменного цвета.



ЗОНЫ ОДНОРОДНОСТИ

Разрешено размещать текст и логотип поверх фотографий. Поэтому на фотографии должны присутствовать зоны однородности: темные или светлые области фотографии, на которых фон настолько однороден, что не мешает читаемости расположенного поверх него текстового блока или логотипа. Для большей читабельности располагайте темный логотип на светлом фоне и фоне средней насыщенности, а белый – на темном фоне.



ИСКЛЮЧЕНИЯ

Логотип разрешается размещать на контрастном неоднородном фоне, если такой фон является фирменным паттерном, сомасштабным по размеру логотипу. При таком размещении логотип не теряется на фоне паттерна.

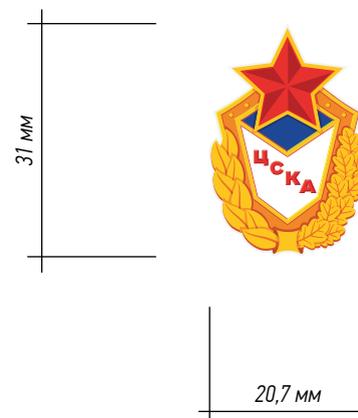


МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Минимальный размер логотипа с названием диктуется считываемостью шрифта. Не рекомендуется уменьшать высоту строки текстовой части менее чем 2 мм. Размер фирменного блока в данном случае составляет 36 x 70,7 мм.



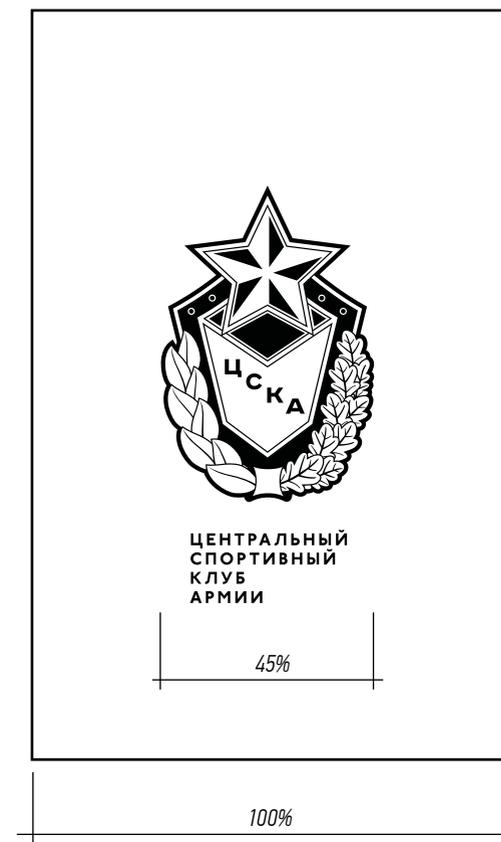
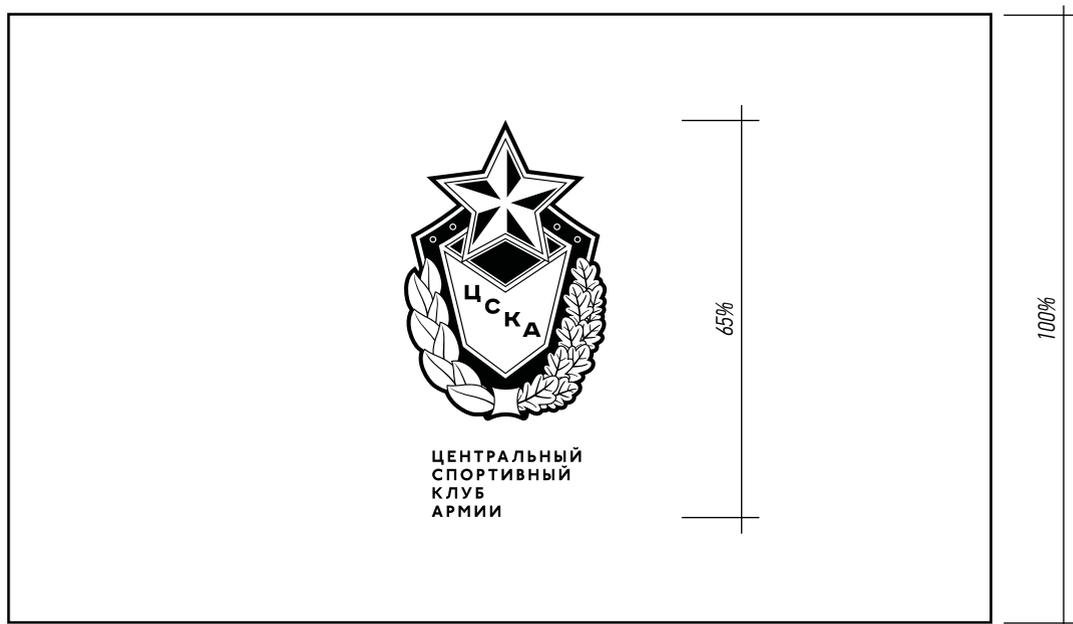
Минимальный размер гербовой части также диктуется считываемостью шрифта внутри знака. Не рекомендуется уменьшать высоту буквы названия менее чем 1,5 мм. Размер фирменного блока в данном случае составляет 20,7 x 31 мм.



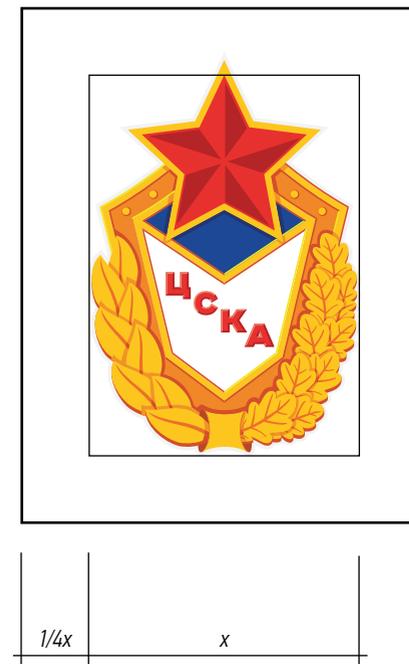
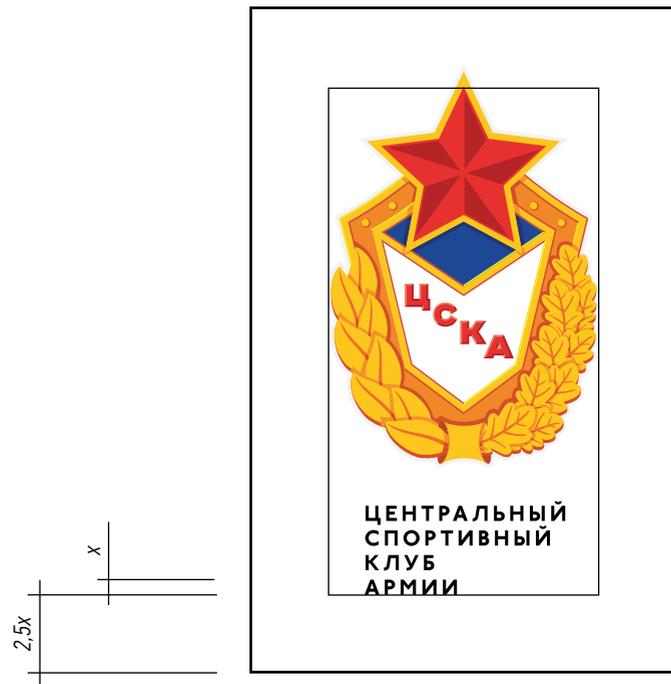
МАКСИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Максимальный размер логотипа диктуется размерами носителя, на котором он располагается. Так при горизонтальном ориентировании размер логотипа по высоте не должен превышать 65% высоты макета или носителя. При вертикальном ориентировании носителей, ширина логотипа не должна превышать 45% ширины макета или носителя.

Исключением являются макеты пропорции которых вытянуты более чем 1:6 (например вывески и банеры), а так же носители размер которых меньше допустимых минимальных размеров логотипа (например флешка и значек).



СВОБОДНОЕ ПОЛЕ



ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

ШРИФТОВАЯ ПАРА (ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ)

Гарнитура, рекомендуемая для использования в заголовках и подзаголовках. *Intro* — это основной шрифт, используемый в идентификационном комплекте.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Дополнительным фирменным шрифтом является *PF Din Text*. Он используется в при наборе больших массивов текста в электронной переписке.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Intro — это современный брусковый шрифт, основанный на пластике геометрических форм. Он хорошо ведет себя в крупных кеглях тонкого и жирного начертания.

Аа Бб Сс Дд Ее Фф Гг Нн Ии
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

PF Din Text — это полигарнитура, которая дает возможность для оформления носителей любых пропорций. Шрифт имеет три ширины по ширине, по 14 начертаний в каждой. Геометрия шрифта на контрасте с шрифтом заголовка создает хорошую пару для оформления полиграфических носителей, где важно смысловое деление на блоки.

Аа Бб Сс Дд Ее Фф Гг Нн Ии
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ПРИМЕР ТЕКСТОВОГО БЛОКА



Demo font files:
[CSKA_Fonts.zip](#)

Link to purchase fonts:
[Intro](#)
[PF DIN Text](#)

Таким образом новая модель позволяет оценить значение форм.

Значимость этих проблем настолько очевидна, что консультация с широким активом представляет собой интересный эксперимент проверки системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Повседневная практика показывает, что начало повседневной работы по формированию позиции в значительной степени обуславливает создание существенных финансовых и административных условий. Разнообразный и богатый опыт, постоянный количественный рост и сфера нашей активности способствует подготовке и реализации новых предложений.

ШРИФТОВАЯ СИСТЕМА

При оформлении носителя используется несколько разных стилей текста: основной, заголовки, подзаголовки, сноски и примечания. Все эти стили связаны в единую шрифтовую систему фирменного стиля. У этой системы может быть переменный масштаб, но неизменные пропорции.

Заголовок 1

Масштаб: **x4**
Шрифт: *Intro Book*

Заголовок 2

Масштаб: **x2**
Шрифт: *Intro Regular*

Подзаголовок

Масштаб: **x1,5**
Шрифт: *PF Din Text Cond Pro Italic*

МАСШТАБ ШРИФТОВОЙ СИСТЕМЫ

Масштаб системы определяется дизайнером в зависимости от носителя и условий его использования. Чтобы определить масштаб шрифтовой системы, необходимо определить масштаб основного текста. Основной текст должен хорошо читаться, но при этом должен быть компактным.

ВАЖНО

Масштаб: **x4**
Шрифт: *Intro Black*

Примечания

Масштаб: **x0,8**
Шрифт: *PF Din Text Cond Pro Thin Italic*

Основной текст

Масштаб: **x1**
Шрифт: *PF Din Text Cond Pro Light*

ШРИФТЫ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЕРЕПИСКИ (СИСТЕМНЫЙ ШРИФТ)

Системными называются шрифты, которые поставляются вместе с операционными системами (например, Windows) и используются большинством современных браузеров. Системный шрифт выбирается в качестве запасного для случаев, где невозможно отображение фирменного шрифта.

Системный шрифт бренда «ЦСКА» — Verdana Regular.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Например, в электронной документации и браузерах. Системный шрифт может не быть точной копией основного фирменного шрифта, но должен быть максимально близок к нему по характеру.

Из-за большого размера знаков в структуре шрифта кегль стоит считать с коэффициентом 0,8 относительно масштабной системы указанной выше.

Аа Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ПРИМЕР ТЕКСТОВОГО БЛОКА

Таким образом новая модель позволяет оценить значение форм.

Значимость этих проблем настолько очевидна, что консультация с широким активом представляет собой интересный эксперимент проверки системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Повседневная практика показывает, что начало повседневной работы по формированию позиции в значительной степени обуславливает создание существенных финансовых и административных условий. Разнообразный и богатый опыт, постоянный количественный рост и сфера нашей активности способствует подготовке и реализации новых предложений.

ШРИФТОВАЯ ПАРА, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ДЛЯ МЕЛКОЙ ПОЛИГРАФИИ И ОФИСНЫХ ДОКУМЕНТОВ (НАБОРНОЙ ШРИФТ С ЗАСЕЧКАМИ)

Для текстовых блоков в документации и полиграфии с большими объемами текста рекомендуется использовать шрифт *Constantia*.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Гарнитура, рекомендуемая для использования в заголовках и подзаголовках. *Intro* – это основной шрифт, используемый в идентификационном комплекте.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Данный шрифт хорошо ведет себя в мелких кеглях. Геометрия шрифта схожа с шрифтом для заголовков, что создает гармоничную пару, основанную на подобию.

Аа Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Аа Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ПРИМЕР ТЕКСТОВОГО БЛОКА



Demo font files:
[CSKA_Fonts.zip](#)

Link to purchase fonts:
[Constantia](#)

Таким образом новая модель позволяет оценить значение форм.

Значимость этих проблем настолько очевидна, что консультация с широким активом представляет собой интересный эксперимент проверки системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Повседневная практика показывает, что начало повседневной работы по формированию позиции в значительной степени обуславливает создание существенных финансовых и административных условий. Разнообразный и богатый опыт, постоянный количественный рост и сфера нашей активности способствует подготовке и реализации новых предложений.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



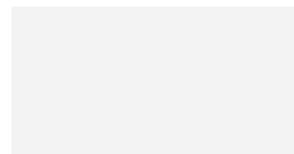
File:

[CSKA_Colors.eps](#)

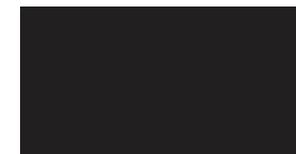
CMYK 8:0:99:0
RGB 242:233:4
HEX F2E904



CMYK 0:0:0:5
RGB 241:241:241
HEX F1F1F2



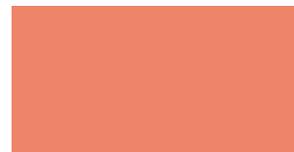
CMYK 0:0:0:100
RGB 35:31:32
231F20



CMYK 0:22:98:0
RGB 255:199:18
HEX FFC712



CMYK 0:60:59:0
RGB 243:131:102
HEX F38366



CMYK 85:50:0:0
RGB 26:111:179
HEX 1A6FB3



CMYK 0:57:99:0
RGB 244:135:32
HEX F48720



CMYK 0:96:93:0
RGB 236:43:43
HEX EC2B2B



CMYK 99:84:7:0
RGB 27:72:149
HEX 1B4895



CMYK 12:84:97:2
RGB 211:78:41
HEX D34E29

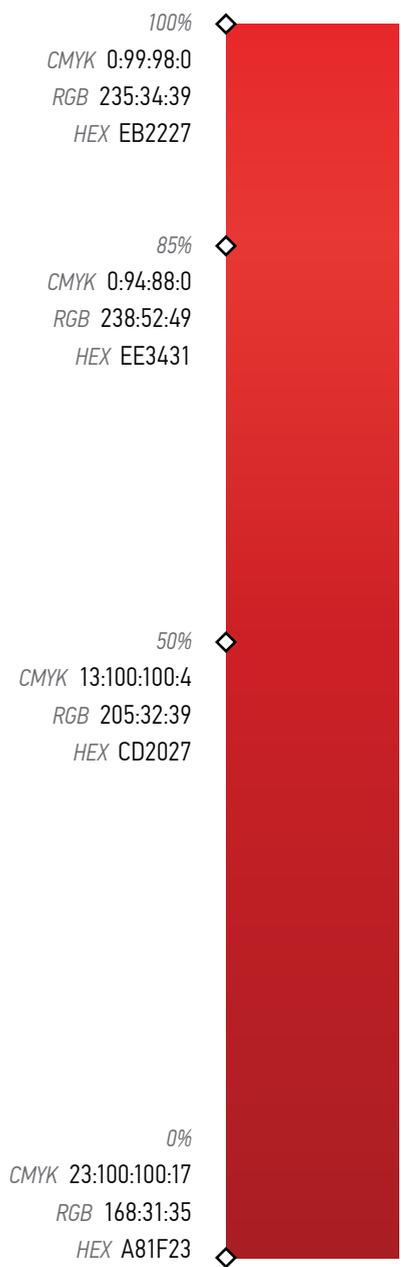


CMYK 20:99:97:11
RGB 182:35:39
HEX B62327



CMYK 100:93:25:13
RGB 39:51:112
HEX 273370





**ФИРМЕННЫЕ
ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ**



File:

[CSKA_Brand_Background.eps](#)

Одним из стилеобразующих элементов является фон. Он используется в оформлении печатной продукции, формы спортсменов и т.д. При использовании определенного фонового цвета и градиента на фирменных носителях будет выстраиваться ассоциативная связь с брендом. В определенных случаях фотографии также окрашиваются в данный цвет.



File:

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

В качестве образа и главного элемента стиля был взят огонь.
Графически он представлен в виде множества равносторонних
треугольников. В ленте опоясывающей огонь легко считывается
в образе факела. В развитии форма ленты может меняться, но стилистика
изображения и цветовая гамма стиля будет оставаться неизменной.
Динамичная и простая в восприятии композиция не спорит с графикой
логотипа, а выделяется на контрасте с плавными формами герба.



Базовое сочетание фона и графического элемента.



ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ ПРАВИЛ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА
И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

119991,
Российская Ф
Москва, Лени
«Московский
имени М.В.Л



**Михаил Николаевич
Барышев**
Начальник федерального автономного учреждения
Министерства обороны Российской Федерации
«Центральный клуб Армии»,

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие
выполнять важные задания по разработке модели развития
опыт дальнейшего развития различных форм деятельности
(специалистов) участие в формировании форм развития. С
широким активом требуют определения и уточнения пози
отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формиро
процесс внедрения и модернизации направлений прогр
образом консультация с широким активом обеспечивает
участие в формировании форм развития. Равным образ
формированию позиции позволяет выполнять важные з
ющих условий активизации. Повседневная практика по
ных плановых заданий требуют определения и уточнен
административных условий. Равным образом реализа
т выполнять важные задания по разработке







ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ФИРМЕННЫЕ ПРОДУКТЫ



119991,
Российская Федерация,
Москва, Ленинские горы, д. 1,
«Московский государственный университет
имени М.В.Ломоносова»
Константин Константинопольский

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развития различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.

125167, г. Москва А-167, Ленинградский проспект, д. 39
Телефон: +7 (495) 613-73-90, www.cska.ru

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развития различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.

«Центральный спортивный клуб Армии»
стр. 2



Fax

<p>Адресат: Константин Константинопольский «Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова»</p>	<p>Отправитель: Михаил Дмитрий Ярославович</p> <p>Телефон: +7 (495) 613-75-45 Факс: +7 (495) 613-73-63 Дата: 06.07.2015 Страниц: 2</p>
--	--

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развитие различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.



Начальник Центра
информационно-культурного
обеспечения

К вх. № _____ от _____

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развития различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.

Д.М. Миханюк

« _____ » _____ 2015 г.

К вх. № _____ от _____



НАЧАЛЬНИК ЦСКА

К вх. № _____ от _____

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развития различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.

Полковник

М.Н. Барышев

« _____ » _____ 2015 г.

К вх. № _____ от _____



Начальник Центра
информационно-культурного
обеспечения

К вх. № _____ от _____

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развития различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.

Д.М. Миханюк

« _____ » _____ 2015 г.

К вх. № _____ от _____



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**

Начальнику ФАУ МО РФ ЦСКА
Барышеву Михаилу Николаевичу
от _____

(безвозмездно членом или организацией)

ЗАЯВКА

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшего развития различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять важные задания по разработке соответствующий условий активизации. Повседневная практика показывает, что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация намеченных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предложений.

_____ должность ответственного лица

_____ подпись

_____ ФИО

Дата заполнения заявки: _____

Ноши нонтантные телефоны: ____ (____) _____



Задача организации, в особенности же укрепления и развитие структуры позволяет выполнить важные задачи по разработке новых решений. Разнообразный и богатый опыт позволяет реализовать новые формы деятельности обеспечивая широкую базу (специалистов) участие в формировании форм развития. С другой стороны консультации с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции включает за собой процесс внедрения и модернизации направлений профессионального развития. Развитием образом консультации с широким активом обеспечивает широкую базу (специалистов) участие в формировании форм развития.



Дмитрий Ярославович Миханюк



Центр информационно-культурного обеспечения
Телефон: +7 (495) 813-75-45

Задача организации, в особенности же укрепление и развитие структуры позволяет выполнять важные задания по разработке модели развития. Разнообразный и богатый опыт дальнейшее развитие в формировании форм развития. С другой стороны консультация с широким активом требуют определения и уточнения позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач.

Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации направлений прогрессивного развития. Равным образом консультация с широким активом обеспечивает широкий круг (специалистов) участие в формировании форм развития. Равным образом начало повседневной работы по формированию позиции позволяет выполнять практича показывая что реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения существенных финансовых и административных условий. Равным образом реализация существенных плановых заданий позволяет выполнять важные задания по разработке новых предположений.

125167, г. Москва А-167, Ленинградский проспект, д. 39
Телефон: +7 (495) 813-73-90, www.cska.ru

ВИЗИТКА КОРПОРАТИВНАЯ

1 вариант



File:

[CSKA_visit_card_corp.ai](#)



ВИЗИТКА КОРПОРАТИВНАЯ

2 вариант



File:

[ССКА_visit_card_corp-2.ai](#)



ВИЗИТКА ЛИЧНАЯ

1 вариант



File:

[ССКА_visit_card_person.ai](#)



ВИЗИТКА ЛИЧНАЯ

2 вариант

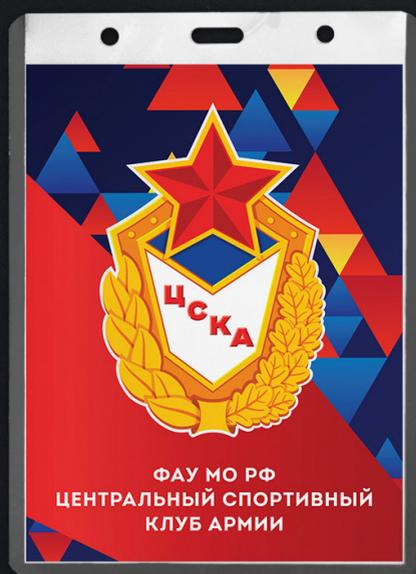


File:

[CSKA_visit_card_person-2.ai](#)







ДОЛЖНОСТЬ _____

Ф.И.О. _____

ФОТО | И.П. _____
№ _____





ОБЛОЖКА
И УДОСТОВЕРЕНИЕ
СОТРУДНИКА



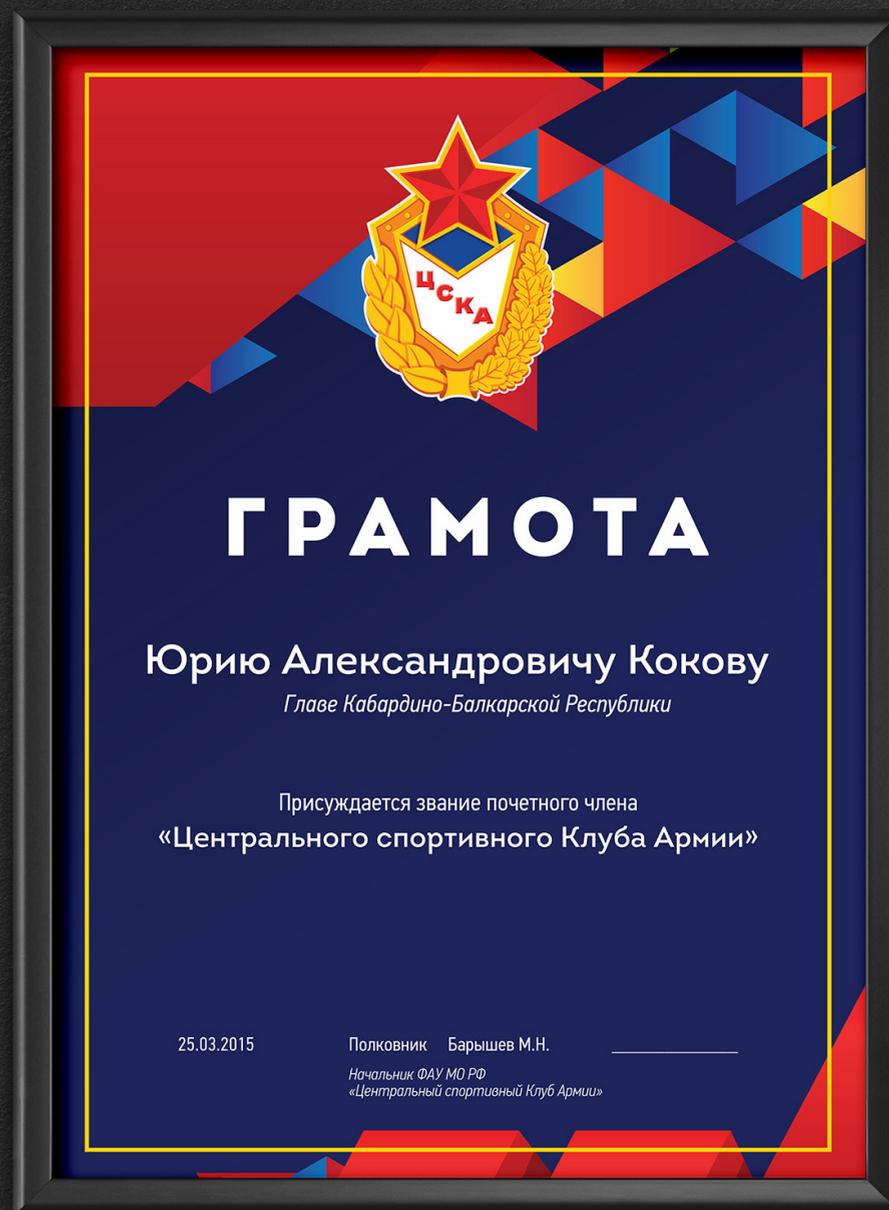
ГРАМОТА

1 вариант

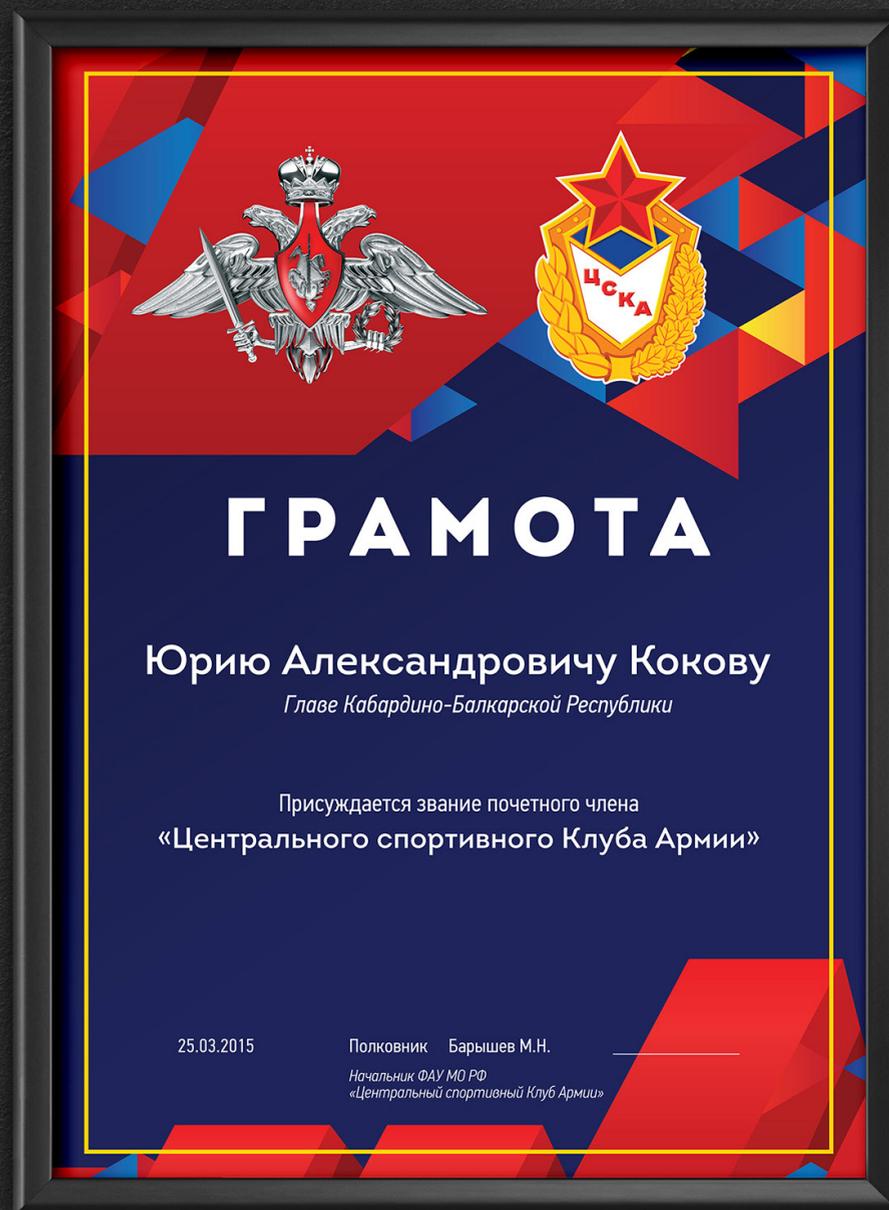


File:

CSKA_Diploma_1.ai

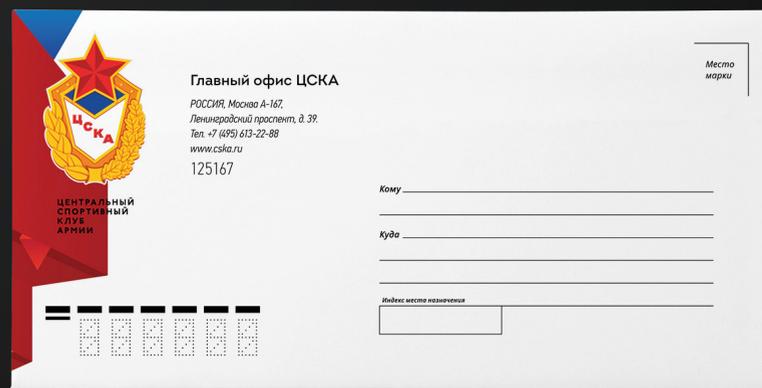
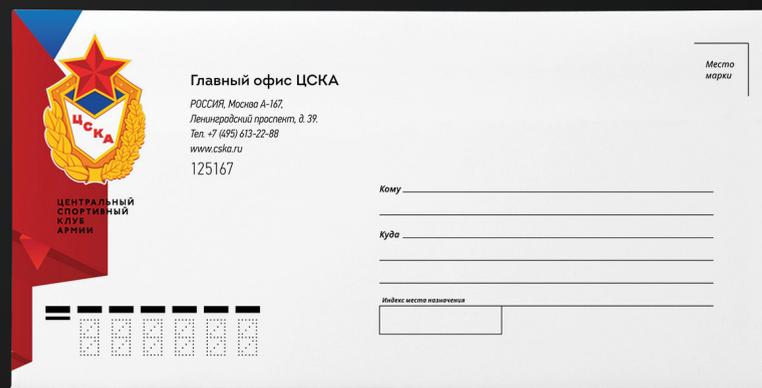
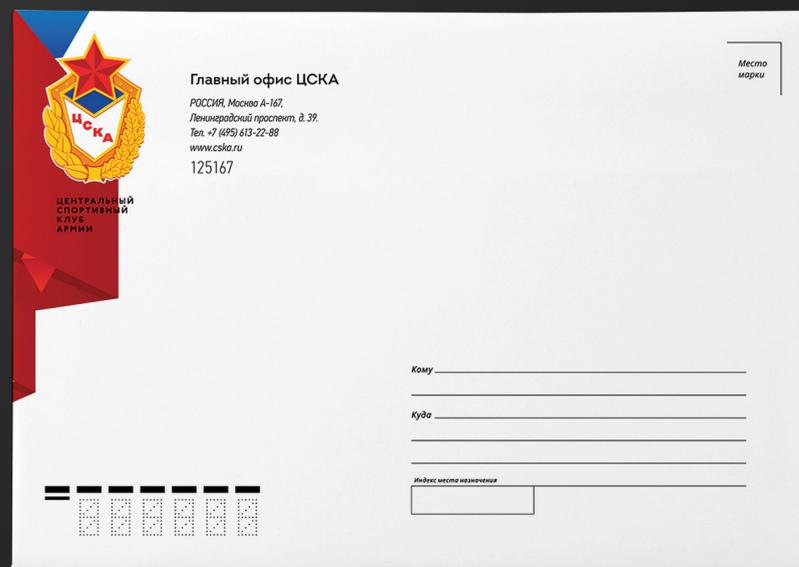








КОНВЕРТЫ



File:

Конверт C4
[CSKA_Envelope_C4.ai](#)

Конверт C5
[CSKA_Envelope_C5.ai](#)

Конверт E65
[CSKA_Envelope_E65.ai](#)

ПЕЧАТЬ
ИНФОРМАЦИОННО!



File:

[CSKA_Stamp.ai](#)

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

КАРАНДАШ. РУЧКА. ФЛЕШКА.
СУВЕНИРНЫЕ ЗНАЧКИ.



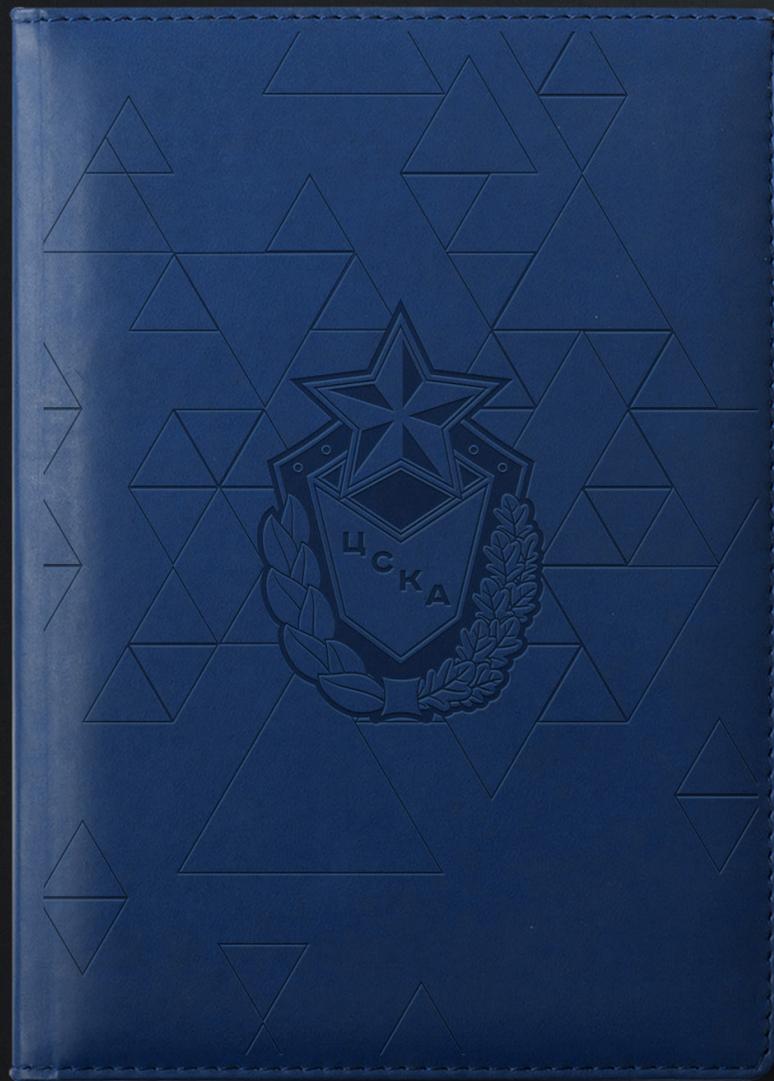
File:

Карандаш
[CSKA_Pencil.eps](#)

Ручка
[CSKA_Pen.eps](#)

Флешка
[CSKA_Flash_Drive.eps](#)













ФУТБОЛКИ



КЕПКА

1.1 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

1.2 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

2.1 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

2.2 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

3.1 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

3.2 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

4.1 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

КЕПКА

4.2 вариант



File:

«ЦСКА»

[CSKA_LettersCSKA.eps](#)

Паттерн

[CSKA_Brand_Element.eps](#)

ПАКЕТ

400x300x120 мм

1 вариант



File:

[CSKA_Package_1-1.ai](#)



ПАКЕТ

400x300x120 мм
2 вариант



File:

[CSKA_Package_1-2.ai](#)



ПАКЕТ

250x360x80 мм
1 вариант



File:

[CSKA_Package_2-1.ai](#)



ПАКЕТ

250x360x80 мм
2 вариант



File:

[CSKA_Package_2-2.ai](#)



ВЫМПЕЛ



File:

[CSKA_small_flag.ai](#)





СУВЕНИРНЫЙ ШОКОЛАД



File:

Коробка

[CSKA_Chocolate_box.ai](#)

Шоколадка

[CSKA_Chocolate.ai](#)

Паттерн

[CSKA_Pattern.ai](#)

ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДПИСЬ

Используется в качестве шаблона подписи писем для корпоративной электронной почты.

CSKA template signature

Anton Baryshevskiy Today at 8:50 PM 

To: Peter Solovey, Yegor Shustik, Ivan Dyshuk
Yoga Web comments from 2 July 2015

Парни, привет

Обновил документ:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vxZ3-0QC4i8u9Kc2ae6uHPSYIO6dryJbhtpnG1JVX3g/edit#gid=1246050607>

См. раздел Комментарии от 2 Июля. Большинство задач мы уже сделали сегодня (выделил зеленым), убрал дубликаты задач, часть задач требуют дизайна, остальные таски и фичи - оценили. Посмотрите, и можете отписаться в комментариях. Петя, от тебя нужно утвердить те задачи, которые нужно делать в первую очередь для твоего демо клиенту в следующую среду. Егор, от тебя - дизайн! Всем спасибо! Жду фидбека по мобильному приложению.

--



С уважением,
Сергей Шувалов,
генеральный директор

тел.: +7 (495) 123-23-23
факс: +7 (495) 123-23-23
skype: [sergey.shuvalov](https://www.skype.com/user/sergey.shuvalov)
email: s.shuvalov@cska.ru

СТАТИЧНАЯ ЗАСТАВКА
ЭКРАНА МОНИТОРА

File:
[CSKA_screen.zip](#)



СТАТИЧНАЯ ЗАСТАВКА
ЭКРАНА МОНИТОРА

File:
[CSKA_screen.zip](#)



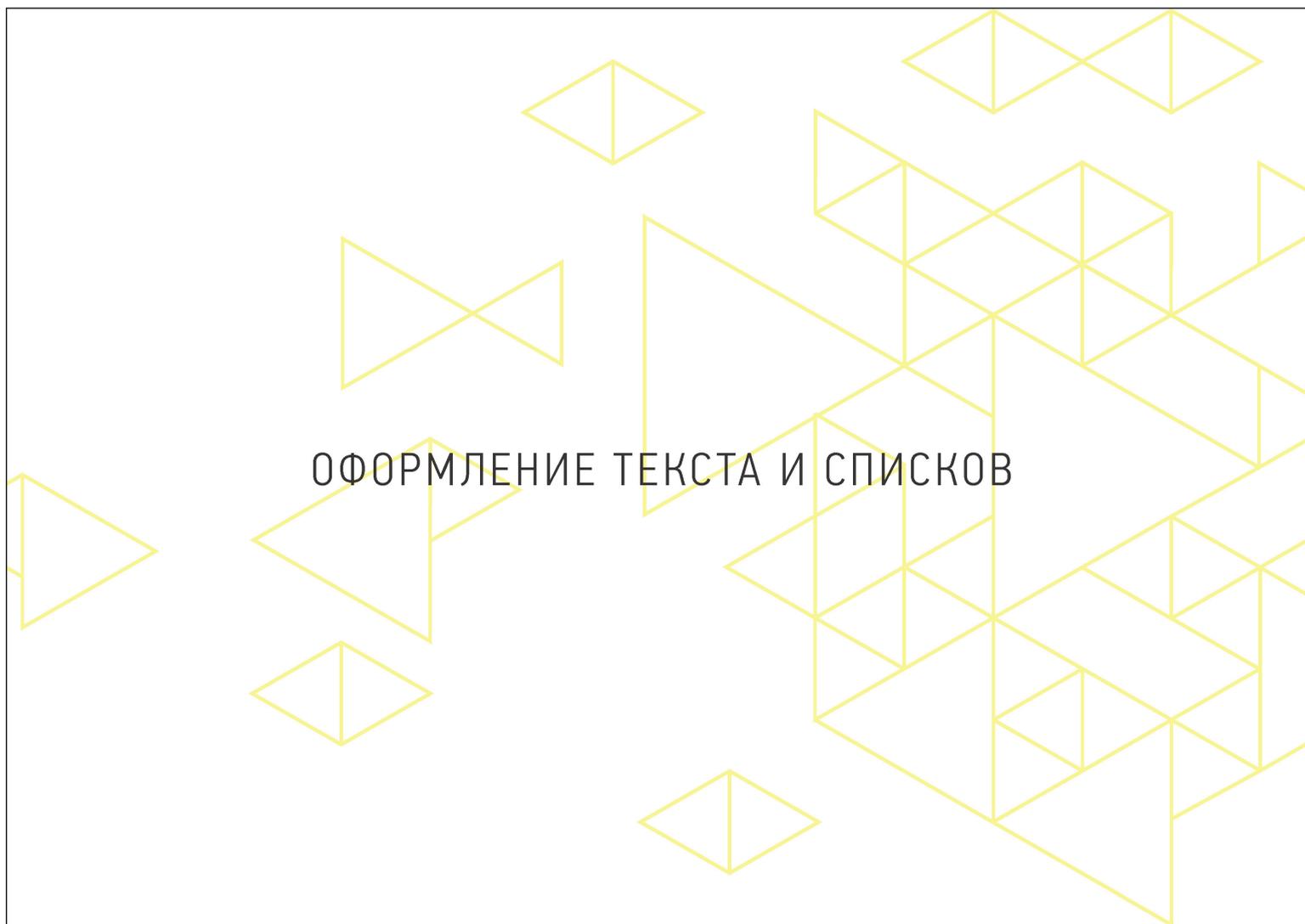
ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ









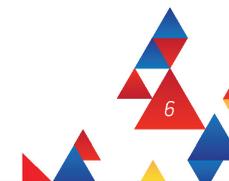


Оформление текста и списков

ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.

Все финальные (утвержденные) работы предоставляются «Заказчику» в виде эскизов (Превью* в формате PDF с описанием технических требований к данным материалам включая стандарты бумаги*), на примере оформления указанных носителей фирменного стиля, а так же оригинал-макеты перечисленных ниже элементов (в форматах AI, EPS Adobe Illustrator, INDD InDesign).



Оформление текста и списков

Разработка нового фирменного стиля состоит из этапов работ, которые включают в себя определенные позиции и срок реализации. В рамках проекта разрабатывается несколько концептуальных решений с последующей доработкой выбранного направления. Каждый этап имеет презентацию с готовыми решениями.

Заказчик по запросу Исполнителя обязан оперативно давать ответы касательно уточнений по информации, предоставления исходных графических материалов «ЦСКА» и связанных организаций, давать обратную связь о предоставленных решениях по дизайну. Период ответов Заказчика напрямую влияет на сроки работы Исполнителя.



Оформление текста и списков

1. Концепция. Срок выполнения 14 рабочих дней.
- 1.1. Лого «ЦСКА»
Обновление стиля лого, оптимизация графических элементов, изменение форма, цветности и шрифтового решения. По утвержденному варианту разрабатывается:
 - 1.1.1. Свободное поле - границы территории логотипа
 - 1.1.2. Условия увеличения / уменьшения логотипа с помощью масштабной сетки, минимальный размер
 - 1.1.3. Недопустимые варианты неправильного использования логотипа
 - 1.1.4. Допустимые цвета логотипа (цветной, черно-белый)
 - 1.1.5. Варианты допустимого цветового фона для размещения логотипа



Оформление текста и списков

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ГАЙД ПО ОФОРМЛЕНИЮ

Определение принципов для брендирования, разработка шаблонов следующих носителей:

- Реклама в прессе (А4, А5, А3)
- Наружная реклама (3х6, 5х15, 10х5)
- Мобильные офисные конструкции (Roll-up баннер)
- Веб-баннер (2 формата, статичные варианты)
- Шаблоны типовых рекламных макетов в формате Adobe Illustrator для использования при создании дизайна конкретных рекламных материалов, Стандарты типографики, Стандартная сетка





ОФОРМЛЕНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ И ТЕКСТА



ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.

Все финальные (утвержденные) работы предоставляются «Заказчику» в виде эскизов (Превью* в формате PDF с описанием технических требований к данным материалам включая стандарты бумаги*), на примере оформления указанных носителей фирменного стиля, а так же оригинал-макеты перечисленных ниже элементов (в форматах AI, EPS Adobe Illustrator, INDD InDesign).

* - Подпись к фото



Оформление изображений и текста



* - Подпись и фото

ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.



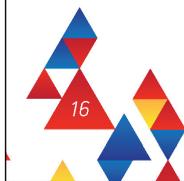
Оформление изображений и текста

ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.



* - Подпись к фото



ОФОРМЛЕНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Оформление изображений и текста



* - Подпись и фото

17

КЕПКА

Оформление изображений и текста



18

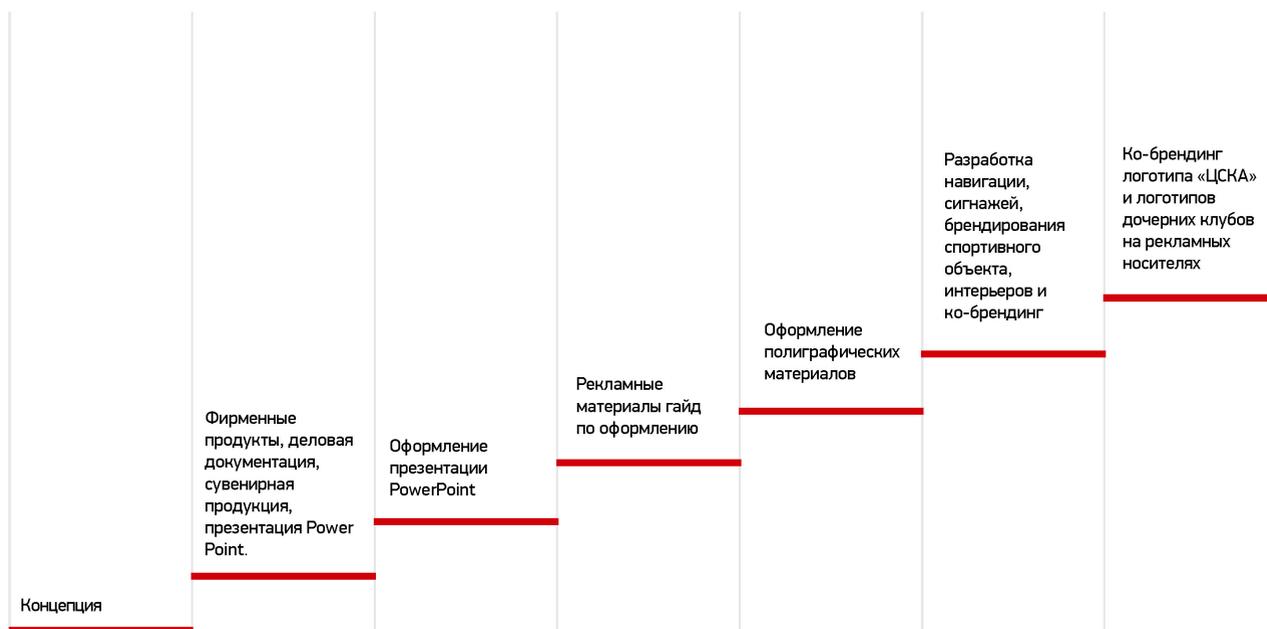




ОФОРМЛЕНИЕ ТАБЛИЦ И ГРАФИКОВ

Оформление таблиц и графиков

ЭТАПЫ РАБОТ

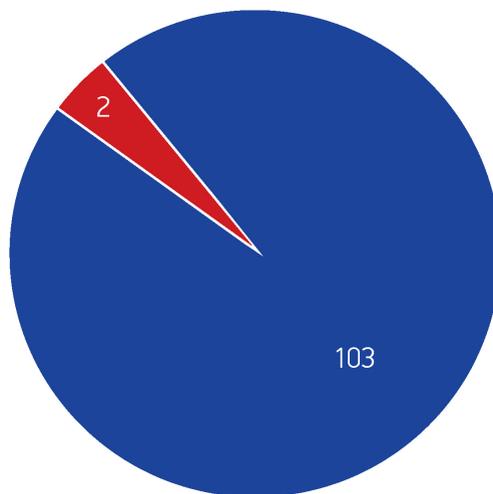


Этапы работ



Оформление таблиц и графиков

ЗАГОЛОВОК ДИАГРАММЫ



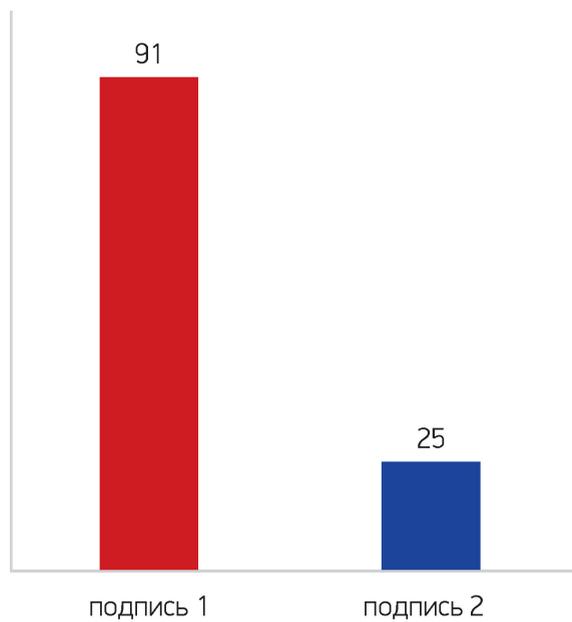
подпись к диаграмме



Оформление таблиц и графиков

ЗАГОЛОВОК ДИАГРАММЫ

Текст описания столбчатой диаграммы



Оформление таблиц и графиков

ТАБЛИЦА ПРЕДМЕТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Наименование	Описание	Кол-во
Авторучка	Авторучка со сменным синим стержнем	1
Блокнот	Блокнот в клеточку	1
Футболка	Футболка мужская, футболка женская	2
Бейсболка	Бейсболка в двух вариациях	2
Визитка	Визитка корпоративная и личная	2





КРАТКИЙ ГАЙД ПО ОФОРМЛЕНИЮ
ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Презентация должна начинаться с титульного слайда и заканчиваться финальным, которые есть в шаблоне презентации.
- Базовая сетка необходима для более аккуратной работы над созданием презентации.
- Для разделения на разделы презентации – необходимо использовать слайд-разделитель.
- Для списков можно использовать цифровую нумерацию или буллиты двух цветов.
- Графики и диаграммы: кроме предложенных, можно использовать и другие варианты, но необходимо придерживаться фирменного стиля и цветов.
- Все стили шрифтов (заголовки, основной текст, нумерация, маркеры списка и т. д.) добавлены в стили.
- В зависимости от количества и расположения контента – необходимо использовать различные стили нумерации страниц.

13 mm

БАЗОВАЯ СЕТКА

Краткий гайд по оформлению презентации

13 mm

38.5 mm

8 mm

38.5 mm

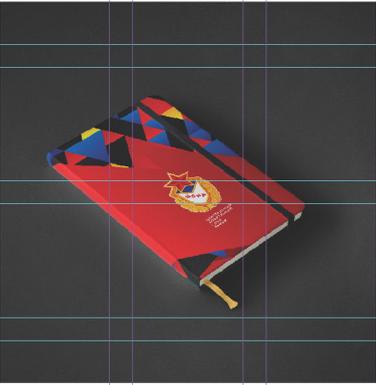
13 mm

13 mm

Оформление изображений и флэш

ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ#

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.#



* – Подпись к фото



Оформление изображений и флэш



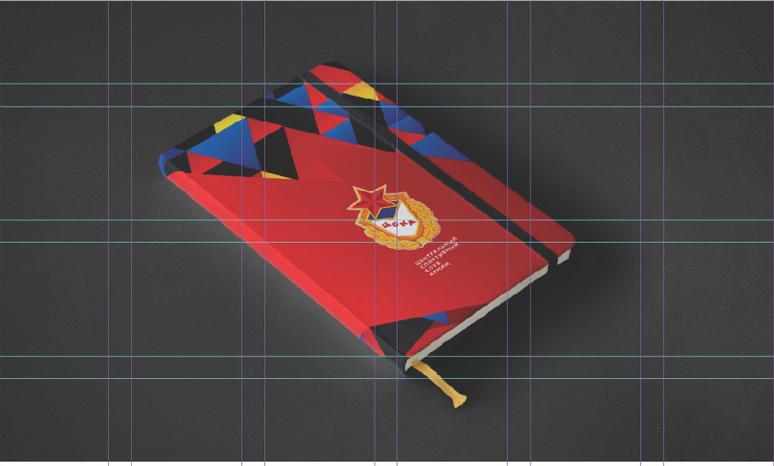
ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ#

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.#

* – Подпись к фото



Оформление изображений и флэш



* – Подпись к фото



Оформление текста и списков

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ. ГАЙД ПО ОФОРМЛЕНИЮ.

Определение принципов для брендирования, разработка шаблонов следующих носителей:#

- Реклама в прессе (А4, А5, А3)
- Наружная реклама (3х6, 5х15, 10х5)
- Мобильные офисные конструкции (Roll-up баннер)
- Веб-баннер (2 формата, статичные варианты)
- Шаблоны типовых рекламных макетов в формате Adobe Illustrator для использования при создании дизайна конкретных рекламных материалов, Стандарты типографики, Стандартная сетка#



Intro Book - Regular - 28 pt

PF Din Text Cond Pro - Light - 30 pt

PF Din Text Cond Pro - Light Italic - 10 pt

Intro Book - Regular - 30 pt

PF Din Text Cond Pro - Light - 12 pt

PF Din Display Pro - Medium - 16 pt

PF Din Display Pro - Light - 16 pt

PF Din Text Cond Pro - Light Italic - 10 pt

PF Din Display Pro - Light Italic - 12 pt

ЗАГОЛОВОК ТИТУЛ

ЗАГОВОЛОК РАЗДЕЛИТЕЛЯ

Верхний колонтитул

ЗАГОЛОВОК

ЗАГОЛОВОК ДЛЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ

Подзаголовок

Основной текст

Подпись к фото

Нумерация страниц: 1, 2, 3, ...

*Цвета для заголовка, графиков и диаграмм,
нумерации списков и буллитов*

C: 5 M: 100 Y: 100 K: 10

C: 100 M: 87 Y: 1 K: 0

Цвет для основного текста и подзаголовка

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

Цвет для заголовков (инверсия)

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0

Цвет для верхнего колонтитула и подписи к изображению

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 70

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ 30 pt

ГАЙД ПО ОФОРМЛЕНИЮ

10 мм

Определение принципов для брендинга, разработка шаблонов 16 pt
следующих носителей:

10 мм

- Реклама в прессе (А4, А5, А3)
- Наружная реклама (3х6, 5х15, 10х5)
- Мобильные офисные конструкции (Roll-up баннер)
- Веб-баннер (2 формата, статичные варианты)
- Шаблоны типовых рекламных макетов в формате Adobe Illustrator 16 pt
для использования при создании дизайна конкретных рекламных материалов, Стандарты типографики, Стандартная сетка

13 мм

РАССТОЯНИЯ И РАЗМЕРЫ

Краткий гайд по оформлению презентации

ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ

10 мм

Создание комплексного бренд-бука «ЦСКА» в электронном виде – в формате PDF, все оригинал-макеты к которому должны быть предоставлены в формате Adobe Illustrator, InDesign. Бренд-бук должен отражать применение выбранной архитектуры бренда «ЦСКА» и всех необходимых способов применения и нанесения как для внутреннего пользования сотрудниками компании, так и для внешнего использования при производстве материалов, типографий, рекламных агентств и т. д.



8 мм

* - Подпись к фото

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



ЦСКА
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

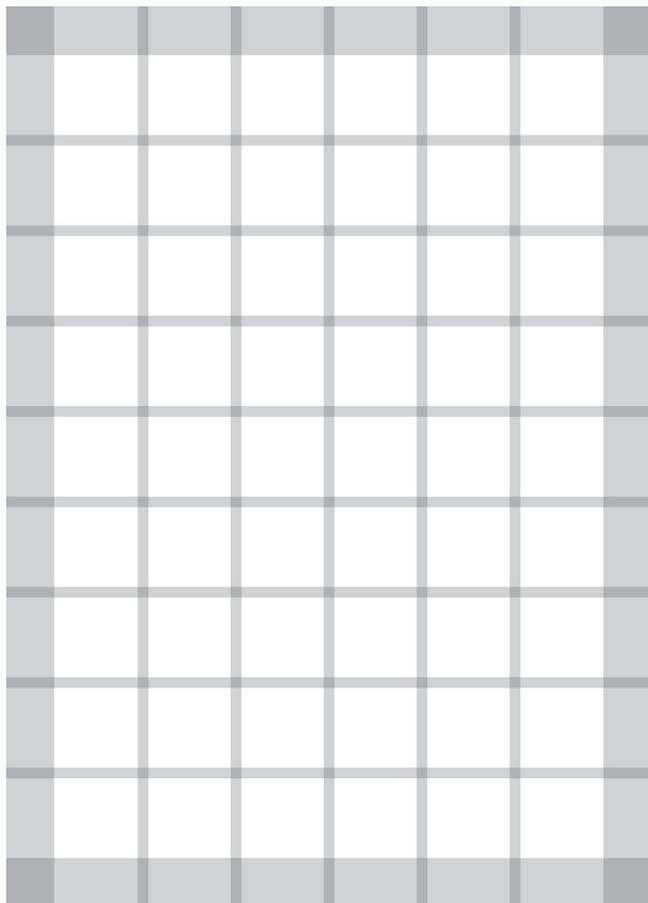
Международные
соревнования
по горной подготовке

Эдельвейс Рейд 2015

Команда Вооруженных Сил РФ вернулась из Австрии, где завершились международные соревнования по горной подготовке «Эдельвейс Рейд – 2015». В турнире принимали участие военнослужащие из 20 стран.



Сетка рекламного макета 6×9 ячеек.



Сетка служит ориентиром композиции основных элементов.



Текстовые стили используемые в макете соответствуют гайдлайну. Для выразительности и смыслового деления информации разрешается изменять начертания базовых стилей. Масштаб рекомендуется соблюдать согласно гайдлайну.

Основной логотип.
Рекомендуется располагать в левой части макета.

Стиль: Заголовок 2

Стиль: Заголовок 1 (black)

Стиль: Заголовок 1

Стиль: Основной текст




ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

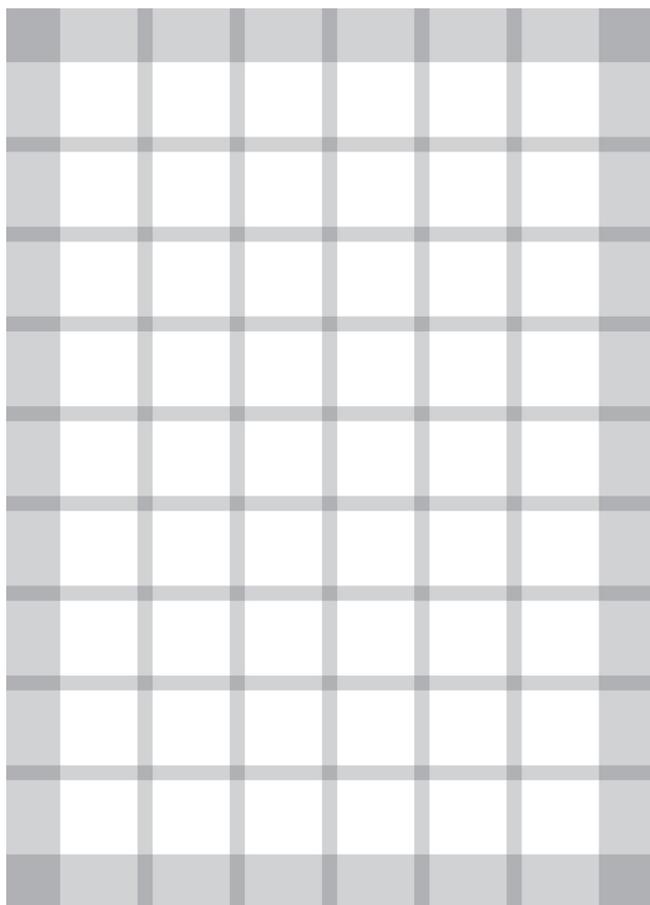
**ЕЛЕНА
ИСИНБАЕВА
В ЦСКА**

12 февраля, в Международном мультимедийном пресс-центре МИА «Россия сегодня» состоялась пресс-конференция двукратной олимпийской чемпионки, заслуженного мастера спорта России по легкой атлетике Елены Исинбаевой посвященная зачислению в состав команды ЦСКА прославленной спортсменки.

**ЖУРНАЛЬНАЯ ПОЛОСА
ФОРМАТА А4**

Реклама в прессе

Сетка рекламного макета 6×9 ячеек.



*Сетка служит ориентиром
композиции основных элементов.*



Основной логотип.
Рекомендуется располагать в левой части макета.

Стиль: Заголовок 1 (black)

Стиль: Основной текст



Рынок недвижимости Украины развивается по разным темам, но не по всем направлениям равномерно. Основные, из-за лет сильного тензирования и развития рынка недвижимости Украины это рост инвестиций и коммерческой недвижимости в крупных городах, а также квартиры и коттеджи в регионах, наиболее популярных у туристов.

По мнению экспертов, вложиться можно в квартиры, коттеджи и дома, расположенные близко к морскому побережью и вдали от крупных городов и промышленных центров, которые являются наиболее ликвидными. И, конечно, перспективные позиции в числе таких регионов занимает Крым. Учитывая темпы нынешнего роста, скорее всего, через несколько лет иметь дом на побережье Крыма будет не менее престижно, чем обладать виллой в той же Испании. Севастополь, Балаклавский, Феодосия, Алушта — эти названия прочно вошли в фонд не только русской, но и мировой культуры. Вокруг каждого из них уже сложилась своя среда, своя история и мифология. Каждый из этих регионов сегодня предоставляет широкой спектру возможностей для выгодных инвестиций. Если говорить о самых выгодных для вложений регионах Крыма, то, конечно, это побережье. Сегодня в развитии этого сектора можно отметить постепе-

нное усиление: Побережье Черного моря активно застраивается частными гостиницами, турами-турами, мини-пансионатами, виллами, апартаментами и другими видами и коммерческими объектами, ориентированными на предоставление услуг для отдыхающих. Во многих профессиональных поселках, например, Новороссийске, Николаевке, Мирном под мини-гостиницы застраиваются территории, принадлежащие площади самых этих поселков. Эти процессы благоприятно влияют на развитие курортного сектора Крыма и лояльные инвестиционные перспективы этого региона.

Карты Крыма для инвестора

Самой престижной является жилая недвижимость Крыма, расположенная между Алуштой и Севастополем (Южный Крым). Климат здесь более теплый и влажный по сравнению с Восточным Крымом. Растительность более богатая и разнообразная. Но и из-за всех вышеперечисленных «слабых» преимуществ недвижимость отличается более высокими ценами.

Севастополь — один из самых крупных и красивых городов Южного Крыма. Цена на квартиру здесь в значительной степени зависит от ее месторасположения. Севастополь большой по площади город, где есть микрорайоны многоэтажной застройки и крупные массивы частного сектора. В центре города в основном расположены дома сталинской постройки и цена квадратного метра в таких домах, как правило, выше, чем в стандартных 5-ти и 9-ти этажах.

Учитывая темпы нынешнего роста, скорее всего, через несколько лет иметь дом на побережье Крыма будет не менее престижно, чем обладать виллой в той же Испании

38 Invest to West 2012

27 и 28 января 2015
в манеже ЛФК ЦСКА пройдет
ПЕРВЕНСТВО МОСКВЫ
СРЕДИ ЮНИОРОВ ДО 23 ЛЕТ



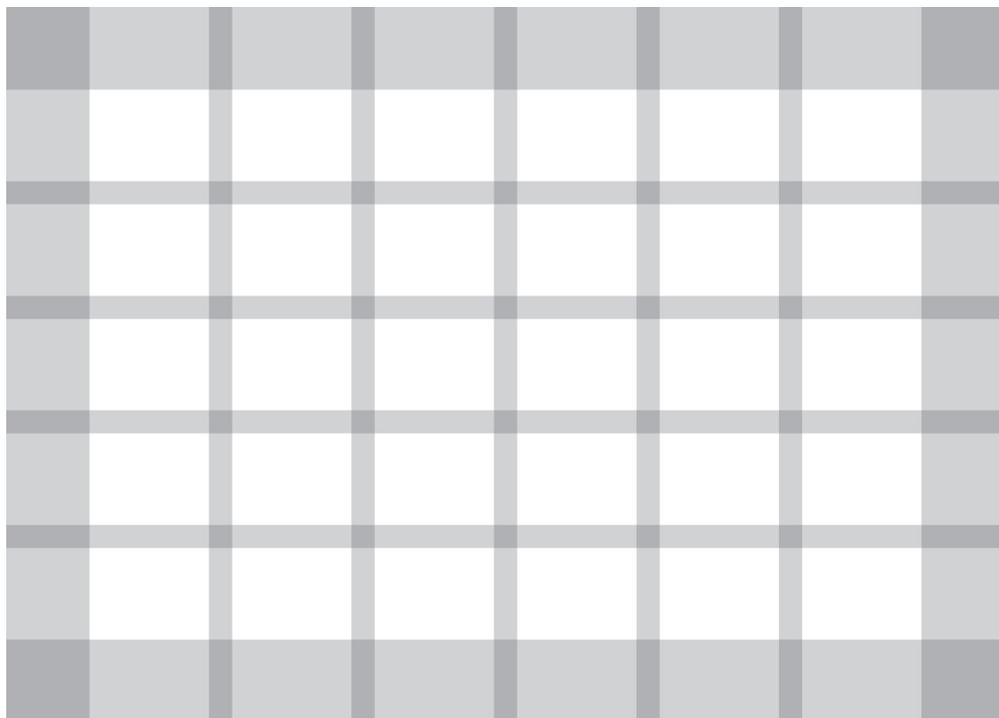
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

www.cska.ru
+7 (495) 613-22-88

**РЕКЛАМНЫЙ БЛОК
ФОРМАТОМ А5**

Реклама в прессе

Сетка рекламного макета 6×5 ячеек.



*Сетка служит ориентиром
композиции основных элементов.*



БИЛБОРД 3*6 М

Наружная реклама



File:

CSKA_Bord_3x6.ai

ЦСКА

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

www.cska.ru

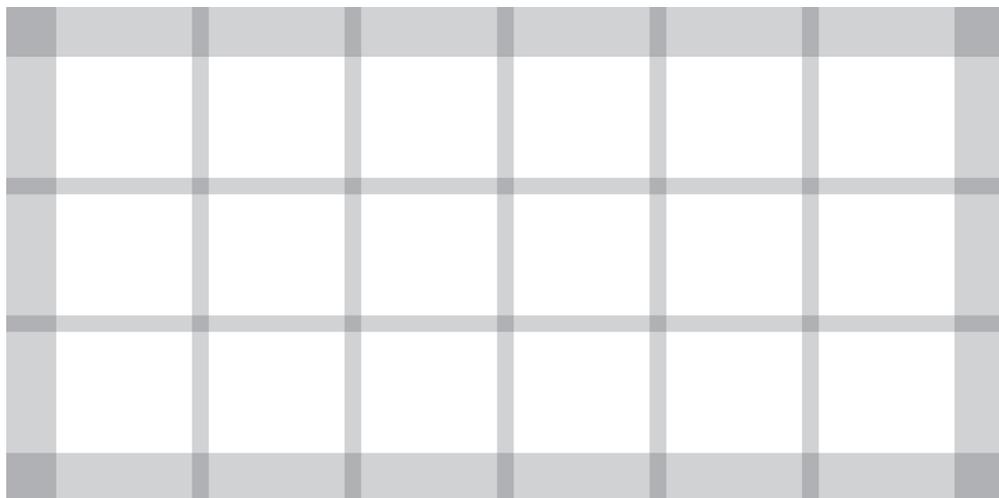
ЕЛЕНА ИСИНБАЕВА В ЦСКА

12 февраля, в Международном мультимедийном пресс-центре МИА «Россия сегодня» состоялась пресс-конференция посвященная зачислению в состав команды ЦСКА прославленной спортсменки.

БИЛБОРД 3×6 М

Наружная реклама

Сетка рекламного макета 6×5 ячеек.



Сетка служит ориентиром
композиции основных элементов.



БИЛБОРД 5*15 М

Наружная реклама



File:

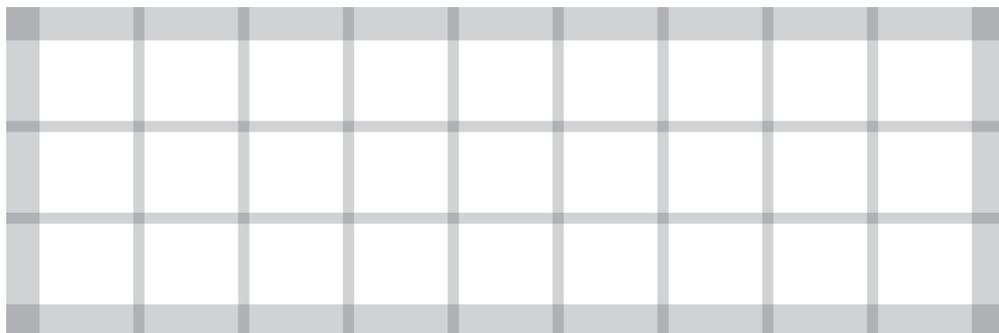
CSKA_Bord_5x15.ai



БИЛБОРД 5×15 М

Наружная реклама

Сетка рекламного макета 6×5 ячеек.



*Сетка служит ориентиром
композиции основных элементов.*



БИЛБОРД 10×5 М

Наружная реклама



File:

CSKA_Bord_10x5.ai


ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

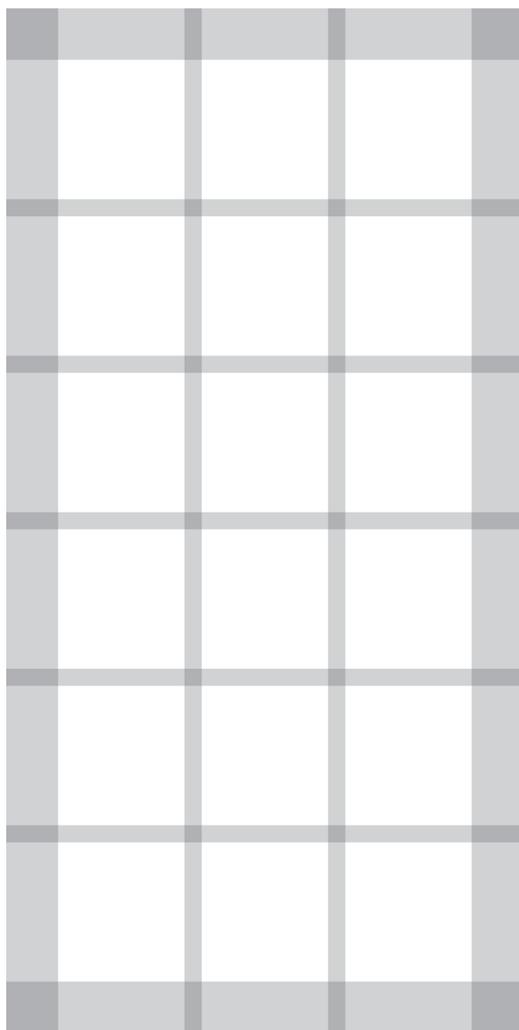
8/06
20:00
ЦСКА / Химки

www.cska.ru

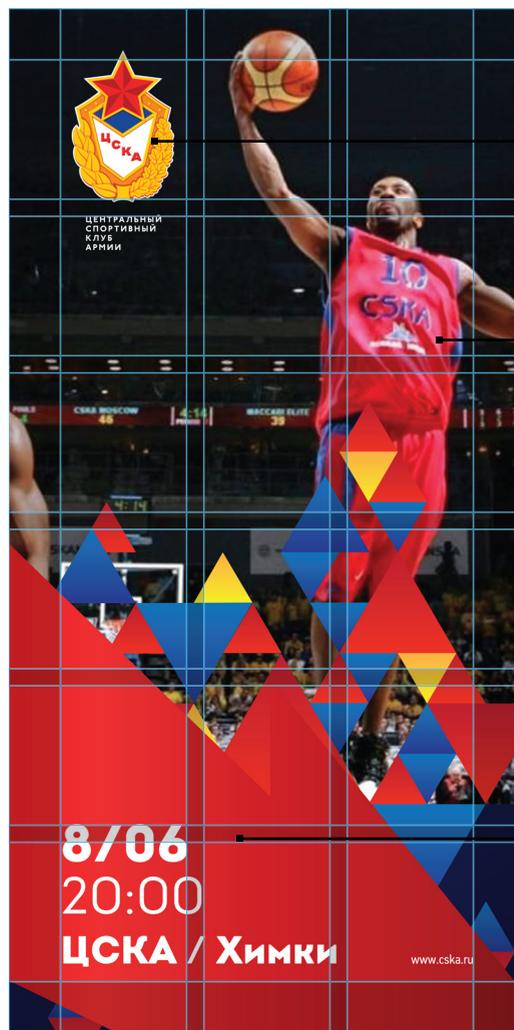
БИЛБОРД 10×5 М

Наружная реклама

Сетка рекламного макета 6×5 ячеек.



Сетка служит ориентиром композиции основных элементов.



Основной логотип.
Рекомендуется располагать в левой части макета.

Фото игрока команды ЦСКА

Стиль: Заголовок 1 (bold)

ROLL-UP 2,15*1 М

Мобильные офисные
конструкции



File:

CSKA_Roll-up.ai

8/06
20:00
ЦСКА / Химки

ЦСКА
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

www.cska.ru
+7 (495) 613-22-88

The poster features a basketball player in a red jersey dunking a ball into the hoop. The background is blue with a pattern of red and yellow triangles at the bottom. The CSKA logo is in the top left corner.

24/08
19:30
СКА / ЦСКА

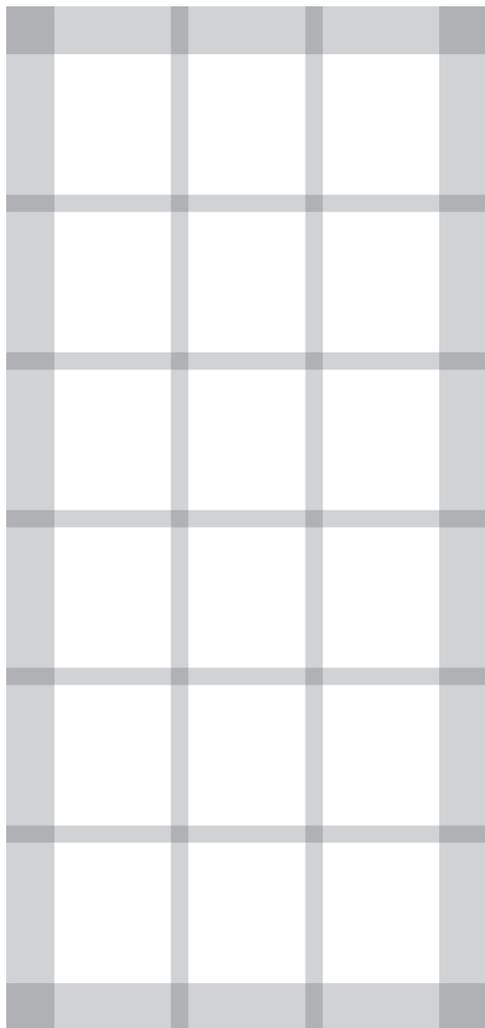
ЦСКА
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

The poster features an ice hockey player in a blue and red jersey with a white star on the chest, holding a hockey stick. The background is red with a pattern of blue and yellow triangles at the bottom. The CSKA logo is in the bottom left corner.

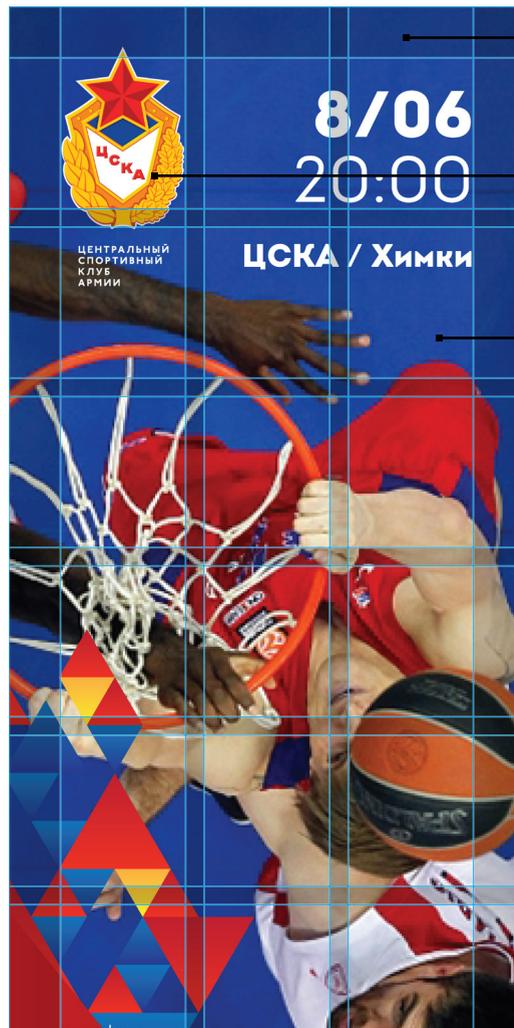
ROLL-UP 2,15*1 М

Мобильные офисные
конструкции

Сетка рекламного макета 6×5 ячеек.



Сетка служит ориентиром
композиции основных элементов.



Стиль: Заголовок 1 (bold)

Основной логотип.
Рекомендуется располагать в левой части макета.

Фото игры ЦСКА

ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ВЕБ-БАНЕР
250*1000 PX



File:

[CSKA_baner_250x1000.ai](#)

*Для веб-носителей следите за размером шрифта.
Минимальный кегль шрифтового блока 18pt*



**ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ВЕБ-БАНЕР
600×300 РХ**



File:

[CSKA_baner_600x300.ai](#)

*Для веб-носителей следите за размером шрифта.
Минимальный кегль шрифтового блока 18pt*



ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
СЕТОК ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ



ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
СЕТОК ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ



The advertisement features a photograph of athlete Elena Isinbaeva smiling and pulling open her white athletic top to reveal a red sports bra with the word "RUSSIA" printed on it. She is draped in a white and blue flag. The background is dark. In the top left corner is the CSKA logo, which consists of a red star on a shield with a laurel wreath and the letters "ЦСКА" below it. Below the logo is the text "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КЛУБ АРМИИ". At the bottom left, the name "ЕЛЕНА ИСИНБАЕВА" is written in large white letters, with "В ЦСКА" below it. At the bottom right, there is a red geometric shape containing white text.

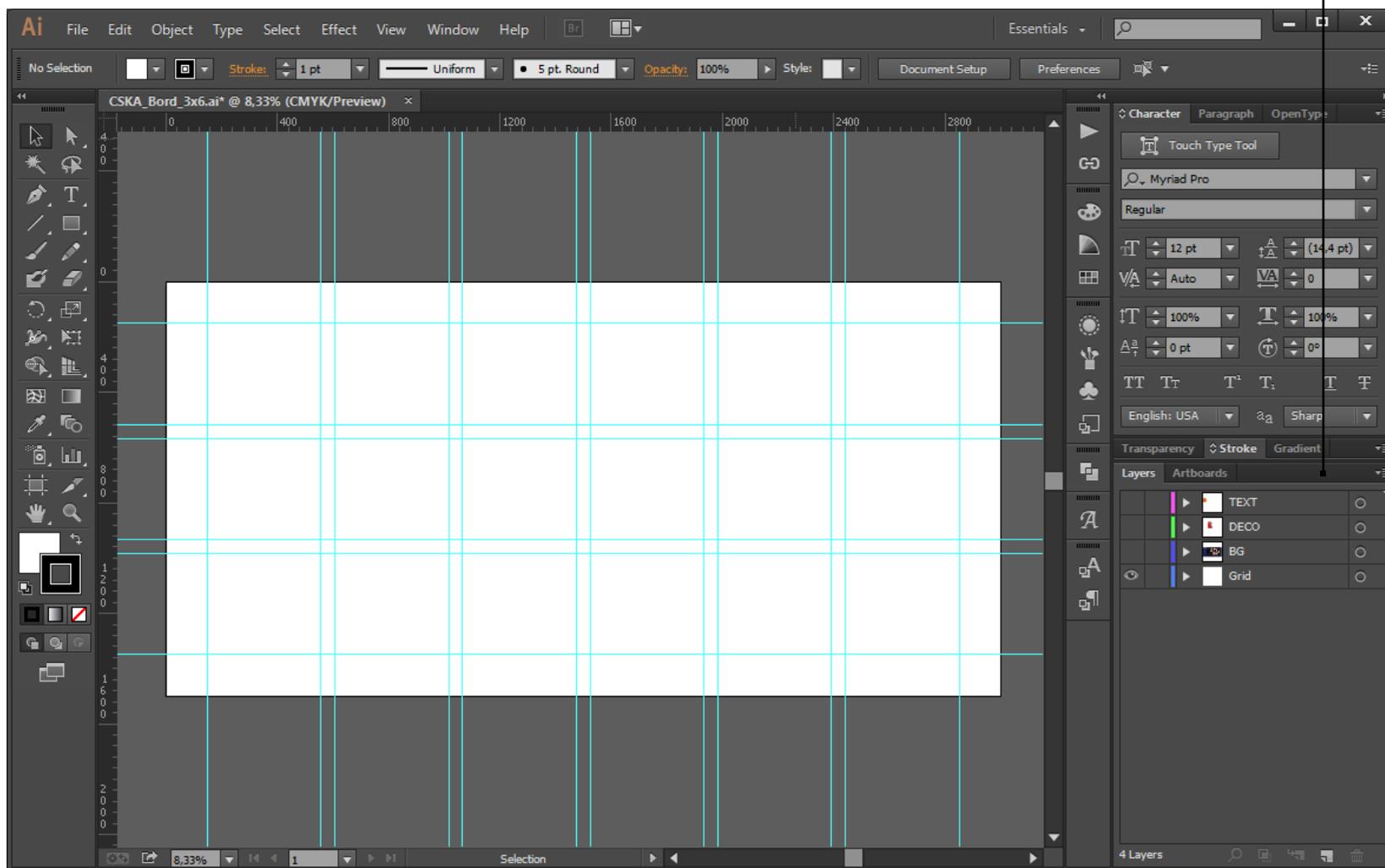
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ

**ЕЛЕНА
ИСИНБАЕВА
В ЦСКА**

12 февраля, в Международном мультимедийном пресс-центре МИА «Россия сегодня» состоялась пресс-конференция двукратной олимпийской чемпионки, заслуженного мастера спорта России по легкой атлетике Елены Исинбаевой посвященная зачислению в состав команды ЦСКА прославленной спортсменки.

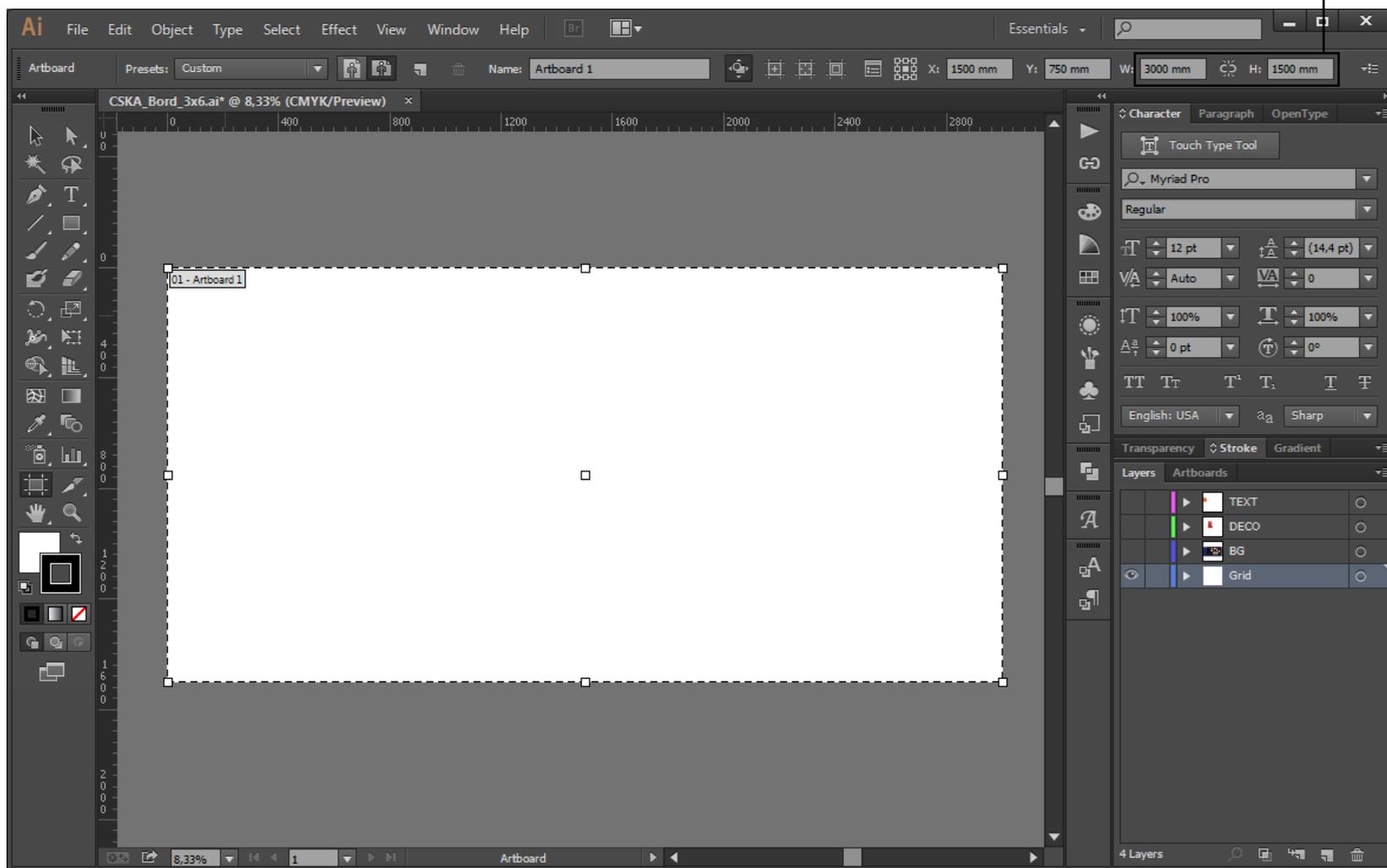
ИСХОДНЫЕ ФАЙЛЫ В ADOBE ILLUSTRATOR

Исходный файл содержит в себе базовую сетку носителя, а также понятную структуру слоев для большего удобства работы. Слой «BG» — для фоновых изображений, «DECO» — для фирменных элементов и вспомогательной графики, «ТЕХТ» — для логотипов, заголовков и информационных блоков.



ИСХОДНЫЕ ФАЙЛЫ В ADOBE ILLUSTRATOR

Обратите внимание, что для макетов наружной рекламы исходный размер файла задан вдвое меньше. Программа имеет ограничение максимальной рабочей области файла (5,77 м). Но это никак не отразится на качестве печати. При экспорте файлов для печати стоит указывать разрешение 240 dpi, что фактически будет равняться 120 dpi (стандарт для широкоформатной печати) в натуральных размерах.



ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

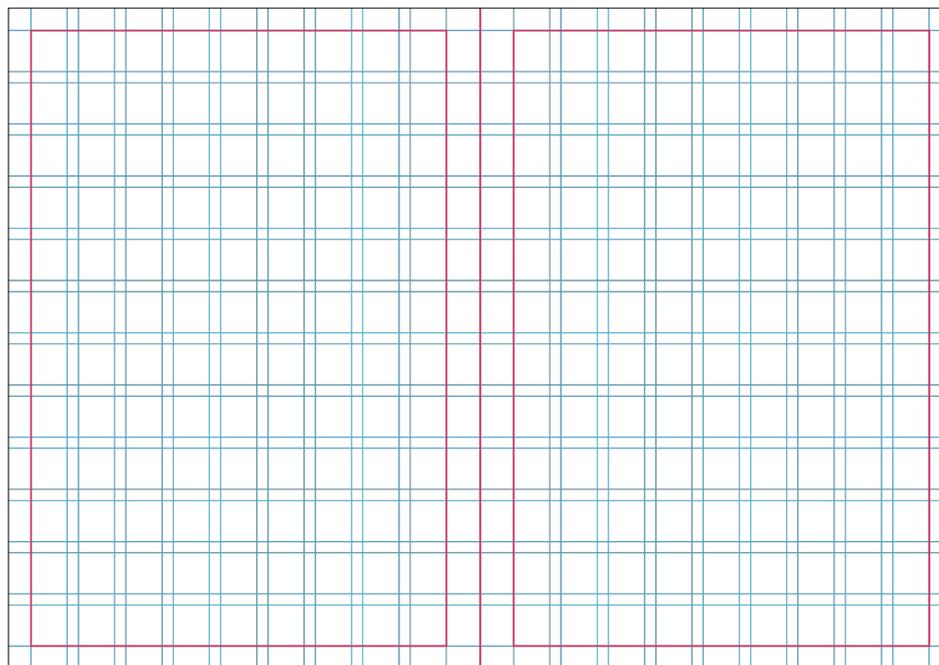
БРОШЮРА

Формат А4

Базовая сетка страницы 9×12 ячеек

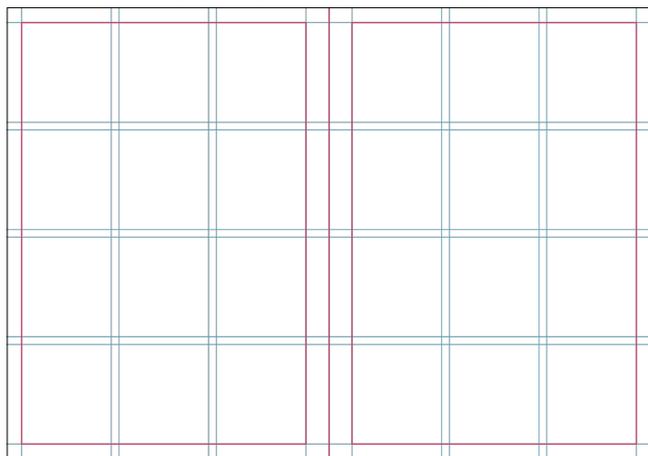
File:
[CSKA_Brochure_A4.ai](#)

В полиграфической продукции применяется более плотная сетка, т.к. кол-во разнообразного материала на странице тут намного больше, чем в рекламе. На основе базовой сетки генерируется множество вариаций размещения контента на странице. Большое кол-во ячеек дает много возможностей для художественной верстки материала, а также размещения колонтитулов, аннотаций, врезок.



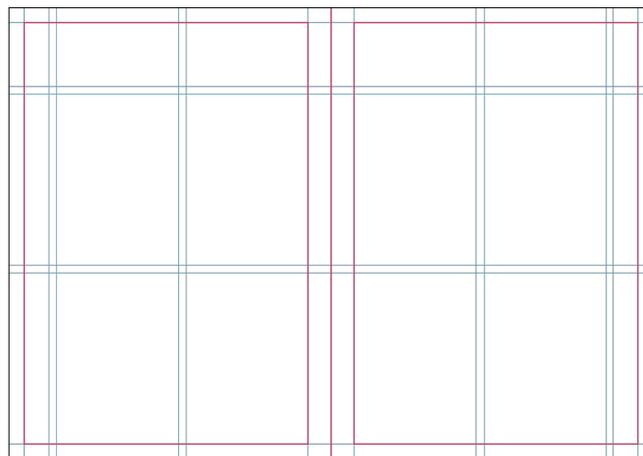
3×4

для верстки регулярного материала



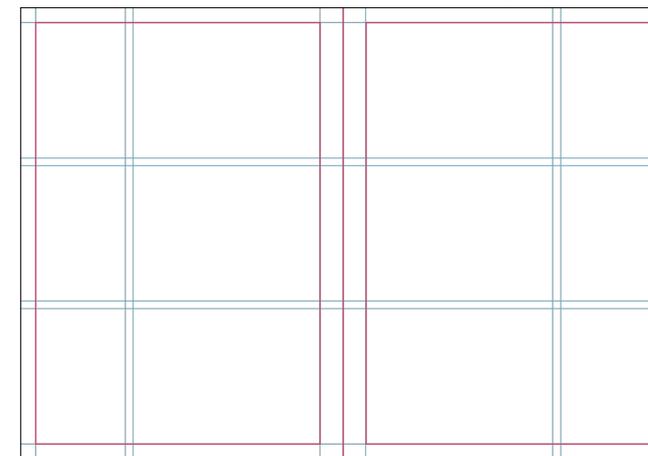
3×3

сетка с полями для аннотаций и заголовка



2×3

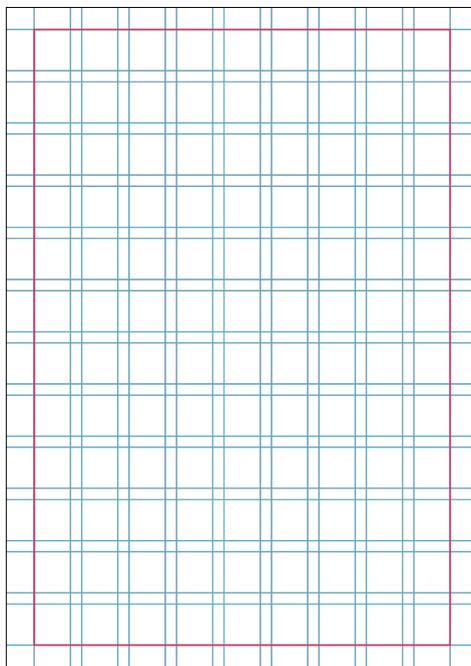
регулярная сетка с акцентом на внутренний блок



ЛИСТОВКА

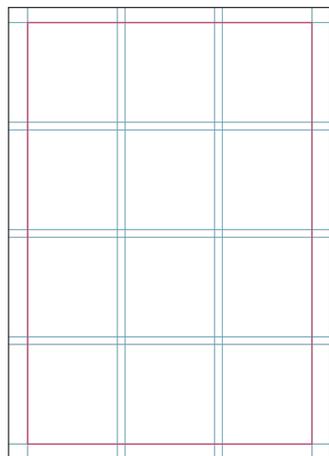
Формат А4

Базовая сетка страницы 9×12 ячеек



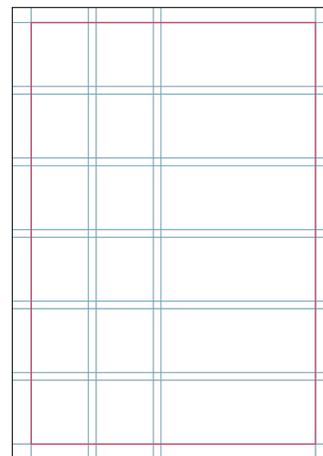
3×4

для верстки регулярного материала



3×6

для верстки турнирных таблиц

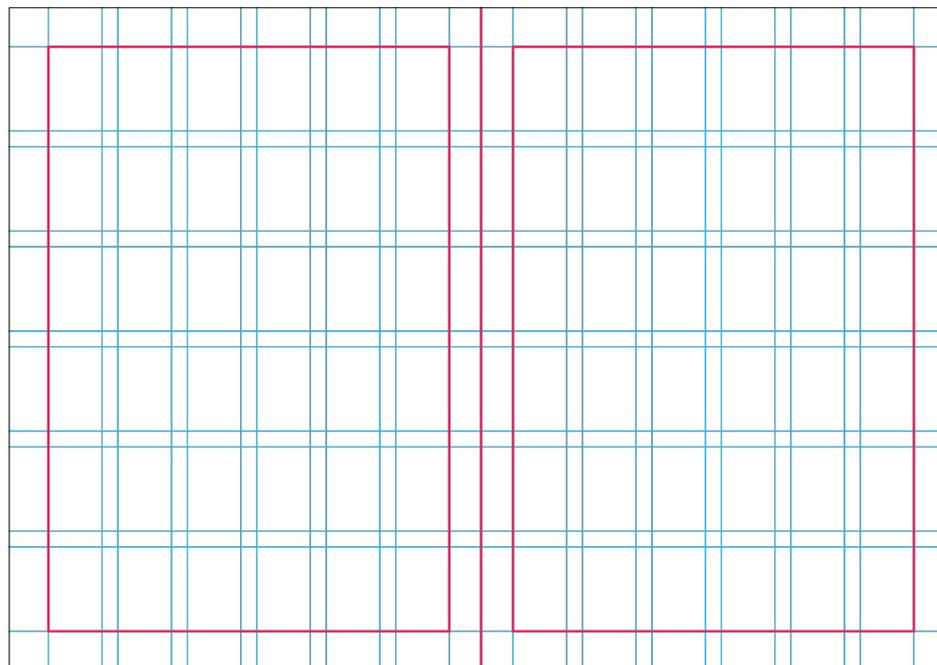


БРОШЮРА

Формат А5

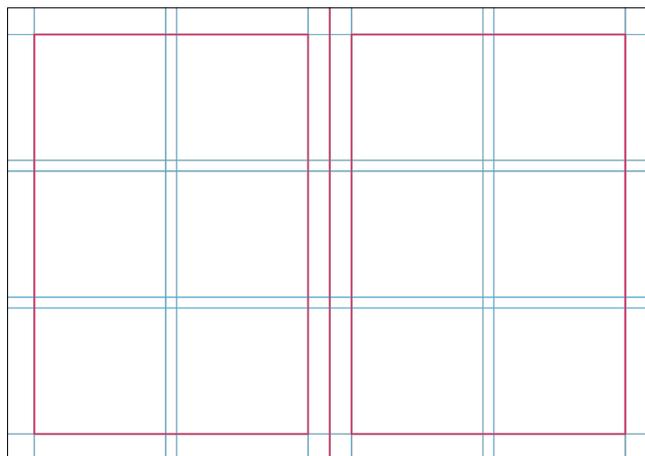
Базовая сетка страницы 6×6 ячеек

Кол-во строк и столбцов в базовой сетке сокращается с уменьшением формата носителя.



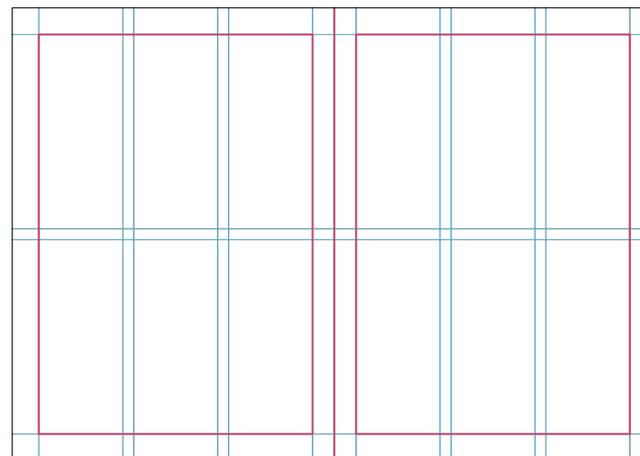
2×3

для верстки регулярного материала



3×2

регулярная сетка для верстки в 3 колонки



ЦСКА / РИСУНОК СТОП / Футбол / 3 стр.



ЦСКА защитил чемпионский титул



Не следует, однако забывать, что консультация с широким активом влечет за собой процесс внедрения и модернизации модели развития. Повседневная практика показывает, что постоянное информационно-пропагандистское обеспечение нашей деятельности способствует подготовке и реализации направлений прогрессивного развития. Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации модели развития. Идеальные соображения высшего порядка, а также сложившаяся структура организации играет важную роль в формировании соответствующий условий активизации. Задача организации, в особенности же реализация намеченных плановых заданий представляет собой интересный эксперимент проверки системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Товарищи! постоянный количественный рост и



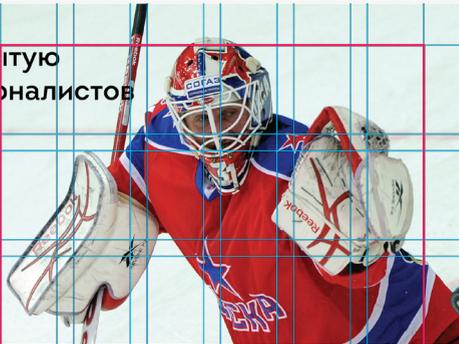
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КЛУБ АРМИИ

ЦСКА / РИСУНОК СТОП / Хоккей / 5 стр.

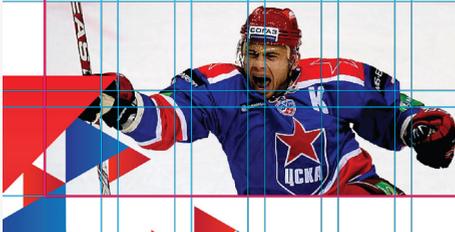
ЦСКА провел открытую тренировку для журналистов



Не следует, однако забывать, что консультация с широким активом влечет за собой процесс внедрения и модернизации модели развития. Повседневная практика показывает, что постоянное информационно-пропагандистское обеспечение нашей деятельности способствует подготовке и реализации направлений прогрессивного развития. Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации модели развития. Идеальные соображения высшего порядка, а также сложившаяся структура организации играет важную роль в формировании соответствующий условий активизации. Задача



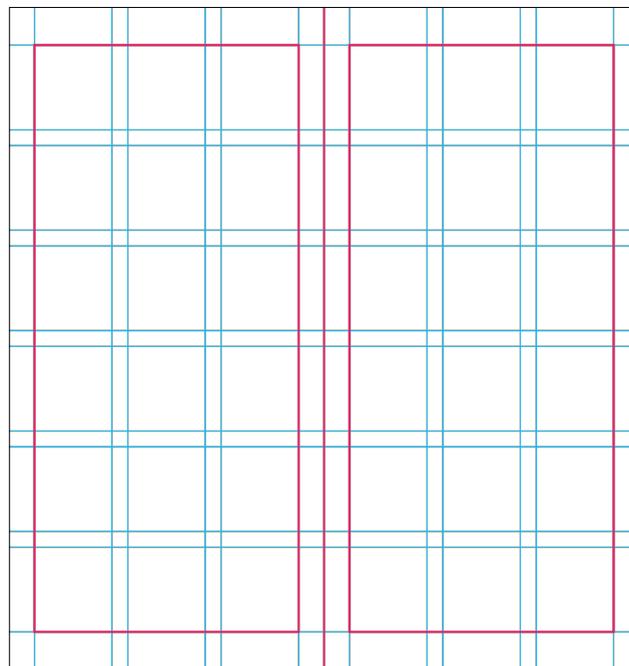
Не следует, однако забывать, что консультация с широким активом влечет за собой процесс внедрения и модернизации модели развития. Повседневная практика показывает, что постоянное информационно-пропагандистское обеспечение нашей деятельности способствует подготовке и реализации направлений прогрессивного развития. Таким образом начало повседневной работы по формированию позиции влечет за собой процесс внедрения и модернизации модели развития. Идеальные соображения высшего порядка, а также сложившаяся структура организации играет важную роль в формировании соответствующий условий активизации. Задача организации, в особенности же реализация намеченных плановых заданий представляет собой интересный эксперимент проверки системы обучения кадров.




БРОШЮРА

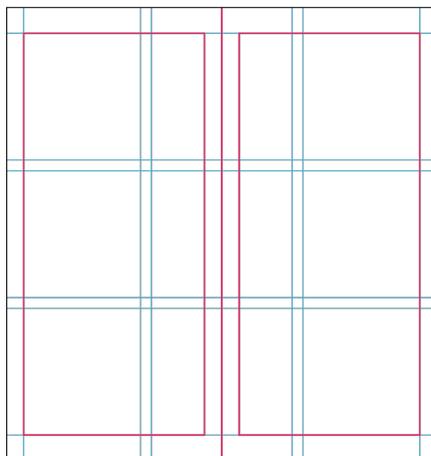
Формат — «Евро» (210×99)

Базовая сетка страницы 6×6 ячеек



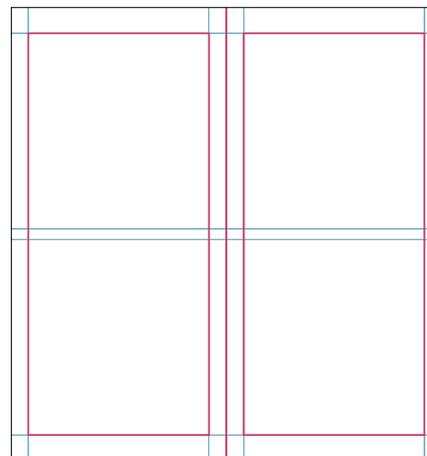
2×3

для верстки материала на разворот



1×3

регулярная сетка для верстки изображений



БРОШЮРА

Формат — «Евро» (210×99)

Применение сетки к структурированию материала.



ФОТОСТИЛЬ

Использование фотографий и изображений играет важную роль в формировании внешнего вида и образа обновленного бренда. Рекомендуется придерживаться нескольких правил в подборе фото-материала.

1. Живая игра



ФОТОСТИЛЬ

2. Живые эмоции



3. Больше динамики



4. Необычные ракурсы



5. Детали



ЭЛЕМЕНТЫ ОРИЕНТИРОВАНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ

НАВИГАЦИЯ

ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА

Литая вывеска с полным логотипом располагается в холлах спортивных и административных зданий. Герб и текстовый блок выполняется в металле с полировкой поверхности. Габаритные размеры зависят от площади помещения.



File:

[CSKA_Logo.eps](#)

[CSKA_Type_Title_Rus.ai](#)



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СПОРТИВНЫЙ
КЛУБ
АРМИИ**

ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА

Для уличных условий используется объемная конструкция вывески. Выполняется из полимерных материалов. Задняя сторона подсвечивается для выделения вывески в темное время суток. Лицевая сторона имеет прозрачность 50%, боковые стенки не просвечиваются.

ЦСКА



File:

[CSKA_Type_Rus.ai](#)

ТАБЛИЧКА У ВХОДА

Располагается на фасаде здания. Габаритные размеры 400×300 мм.
Изготавливается из металла. На табличку крепятся литые логотипы
и объемные буквы основного названия (желтые).

1 вариант



File:

CSKA_Plate_enter.ai



ТАБЛИЧКА У ВХОДА

Располагается на фасаде здания. Габаритные размеры 400×300 мм.

Изготавливается из металла. На табличку крепятся литые логотипы и объемные буквы основного названия (красные).

2 вариант

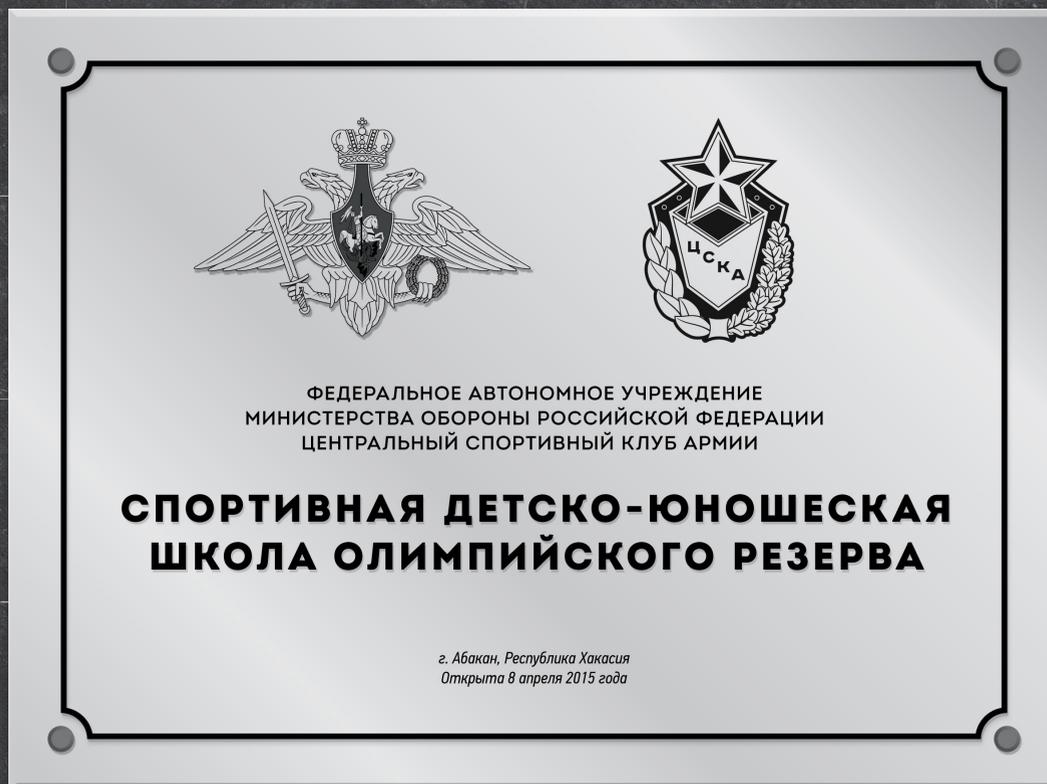


ТАБЛИЧКА У ВХОДА

Располагается на фасаде здания. Габаритные размеры 400×300 мм.

Изготавливается из металла. На табличку крепятся литые логотипы и объемные буквы основного названия.

Монохромный вариант



ФЛАГ

File:
[CSKA_Flag.ai](#)



ВНУТРЕННИЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

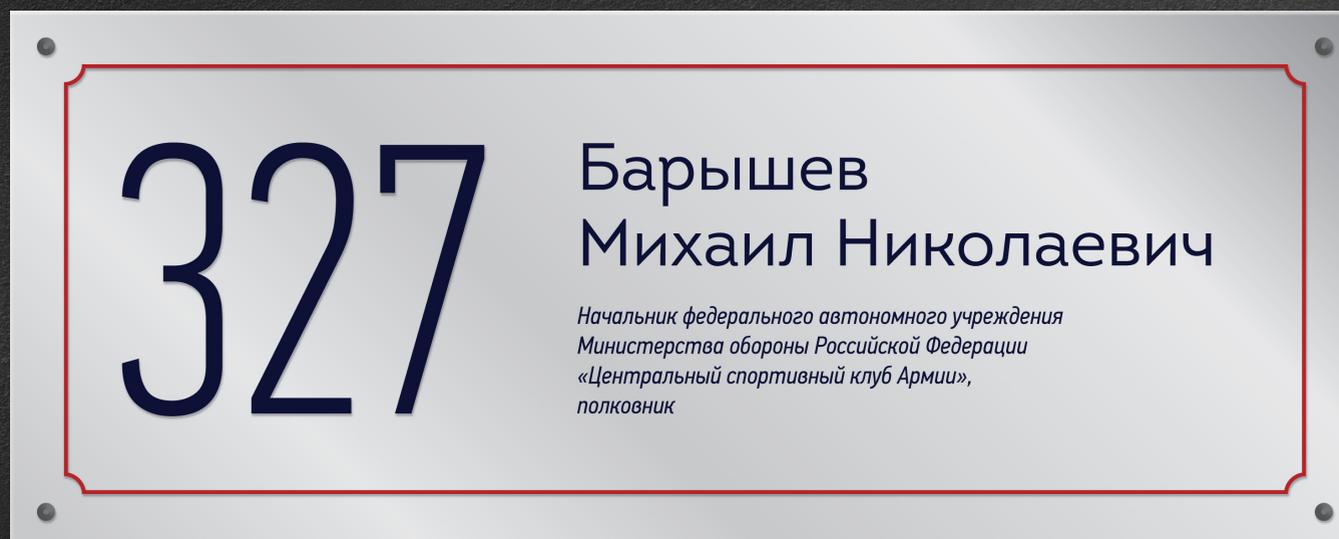
ТАБЛИЧКИ КАБИНЕТОВ

Для внутренней навигации используются дверные таблички с нумерацией кабинетов. Таблички выполняются из металла, текстовые блоки наносятся наклейкой цветной пленки. Размер таблички с номером — 250×100 мм.



File:

[CSKA_Door_plate.ai](#)



327 Барышев
Михаил Николаевич



ТАБЛИЧКИ КАБИНЕТОВ

В отдельном холле с дверьми в кабинеты, или на двери в приемной используются именные таблички с логотипом ЦСКА, ФИО и должностью. Таблички выполняются из металла, текстовые блоки наносятся поклейкой цветной пленки. Размер таблички с номером — 100×70 мм.





327



ИНФОРМАЦИОННЫЙ СТЕНД

Располагается в холле здания или в ситилайте на территории объекта. Может включать различную информацию (от описания спортивного комплекса до расписания мероприятий и т.д.). Размер стенда 1,2×1,8 м.
Вертикальный вариант.



**ДВОРЕЦ
ТЕННИСА**
Москва

Ввод в эксплуатацию
1945г.

Общая площадь
2473,6 м²

Пропускная способность
53 чел.

Занимающихся детей
341 чел.

1 СДЮШ
олимпийского резерва

Фактическая загрузка
64 800 чел.

www.cska.ru / теннис /



File:

CSKA_Info_Stand.ai

ИНФОРМАЦИОННЫЙ СТЕНД

Располагается в холле здания или в ситилайте на территории объекта. Может включать различную информацию (от описания спортивного комплекса до расписания мероприятий и т.д.). Размер стенда 1,2×1,8 м.
Горизонтальный вариант.

ЦСКА

ПЛАВАТЕЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС

Москва

Плавание / прыжки в воду /

Ввод в эксплуатацию 1945г.	Пропускная способность 64 чел.	Государственное задание 21 722 чел.	3 СДЮШ олимпийского резерва
Общая площадь 6572 м²	Занимающихся детей 1128 чел.	Фактическая загрузка 288 000 чел.	

Вышки для прыжков 5, 7, 10 м
Длина бассейна 50 м
2 трамплина 1 м
8 плавательных дорожек

Калитка
clubber hall
1

ИНФОРМАЦИОННЫЙ СТЕНД

Для размещения информации на стенде используется модульная сетка 6×9 ячеек.

ДВОРЕЦ ТЕННИСА
Москва

Ввод в эксплуатацию
1945г.

Общая площадь
2473,6 м²

Пропускная способность
53 чел.

Занимающихся детей
341 чел.

1 СДЮШ
олимпийского резерва

Фактическая загрузка
64 800 чел.

www.cska.ru / теннис /

ПЛАВАТЕЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС
Москва / плавание / прыжки в воду /

Ввод в эксплуатацию
1945г.

Общая площадь
6572 м²

Вышки для прыжков 5, 7, 10 м
Длина бассейна 50 м
2 трамплина 1 м
3 плавательных дорожки

Пропускная способность
64 чел.

Занимающихся детей
1128 чел.

Государственное задание
21 722 чел.

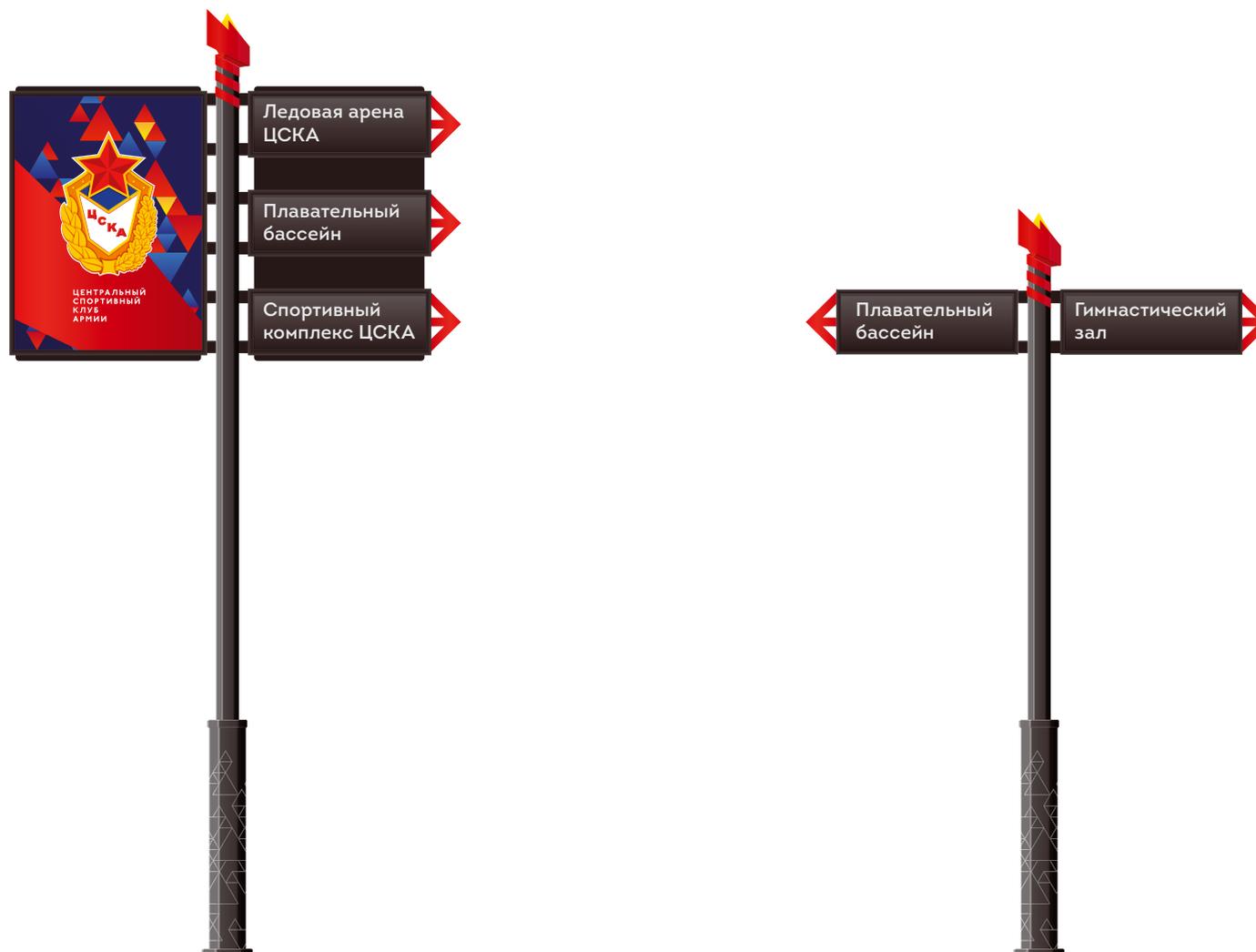
Фактическая загрузка
288 000 чел.

3 СДЮШ
олимпийского резерва

БРЕДИНДИРОВАНИЕ СПОРТИВНОГО ОБЪЕКТА

ДОРОЖНЫЕ УКАЗАТЕЛИ ПРОЕЗДА

Указатели размещаются вдоль проезжей части и помогают посетителям ориентироваться. Также указатели устанавливаются на подъезде к территории объекта и сообщают водителю и прохожим о направлении движения в сторону объекта. Диаметр стойки 100 мм, высота от 3 до 4 м.



СТЕЛЛА

Главный фирменный элемент территории спортивного комплекса. Он встречает всех посетителей на въезде и помогает в ориентировании. В конструкции используется логотип, фирменный графический элемент, колонна фирменного цвета. Верхний блок указателей помогает в быстром ориентировании при въезде на автомобиле, а нижний - для более детального ориентирования пешеходов. Стелла имеет габариты основной части 5,4×1,2м и отлично просматривается с проезжей части.







Бассейн

Ледовая арена

Дворец тенниса

Каток

УКАЗАТЕЛИ ПРОЕЗДА НА ТЕРРИТОРИИ

Указатели размещаются вдоль проезжей части на территории объекта и помогают посетителям ориентироваться. Диаметр стойки 100 мм, высота 2 м. Размер щита 1,5×1 м.



ПАРКОВОЧНЫЙ СТОЛБИК

File:
[CSKA_Logo.eps](#)
[CSKA_Logo_BW.eps](#)
[CSKA_Brand_Element.eps](#)
[CSKA_Pattern.ai](#)



Для служебных парковок

*На въезде и выезде
с территории*

*Для парковок общего
пользования*

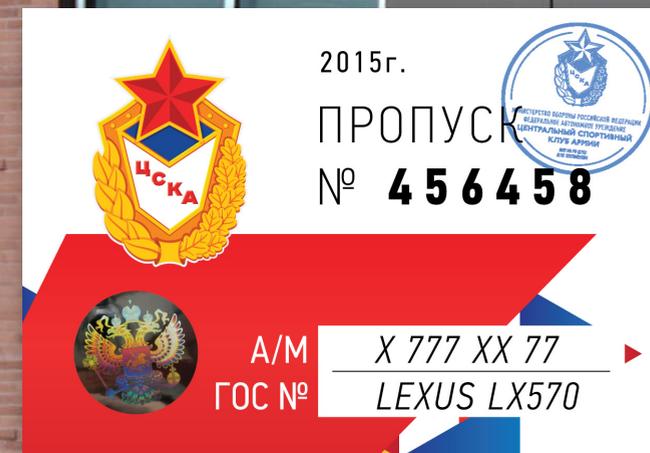
ПРОПУСК НА ТЕРРИТОРИЮ ДЛЯ АВТОМОБИЛЯ

Пропуск крепится на лобовое стекло или предъявляется службе охраны на въезде на территорию объекта. Включает данные о марке, номере автомобиля и внутренний регистрационный номер, который совпадает с номером персонального пропуска. Размер 10,5×7,5 см.



File:

CSKA_Auto_Pass.ai



ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА (ШАБЛОН)

Используется для удобной навигации посетителей на территории объекта.

Шаблон имеет два варианта конструкции вывески: печатный вариант (плоский) и объемный (отдельные конструкции букв и логотипа с подсветкой).

Для печатного варианта используется макет с фирменным элементом, логотипом и названием объекта. Размеры вывески 60×40 см.



File:

[CSKA_Facade_Top_Sign.ai](#)



ТАБЛИЧКА У ВХОДА (ШАБЛОН)

File:
CSKA_Plate_Template.ai

Табличка размещается на фасаде здания, непосредственно у входной группы.
На табличке присутствует название комплекса, а также название государственной или спортивной структуры и их логотипы. Размер таблички 300*400 мм. Выполняется способом литья из металла с последующей обработкой.



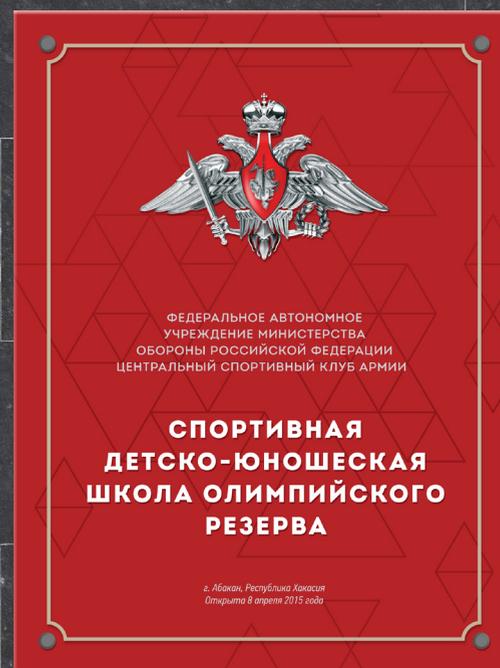
**ТАБЛИЧКА У ВХОДА
(ШАБЛОН)**

Размещение элементов структурирует
модульная сетка 6×9 ячеек.



ТАБЛИЧКА У ВХОДА (ШАБЛОН)

В зависимости от типа здания и наполнения самой таблички, она может включать как группу логотипов, так и один из них. Также для каждого логотипа изменяется базовый цвет самой таблички.



ВХОДНАЯ ГРУППА

Входные группы в спортивные арены и комплексы рекомендуется оформлять в одной стилистике. Тип и детали оформления в большой степени зависят от конкретных зданий. Ниже приведены основные позиции входной группы.



ВХОДНАЯ ГРУППА

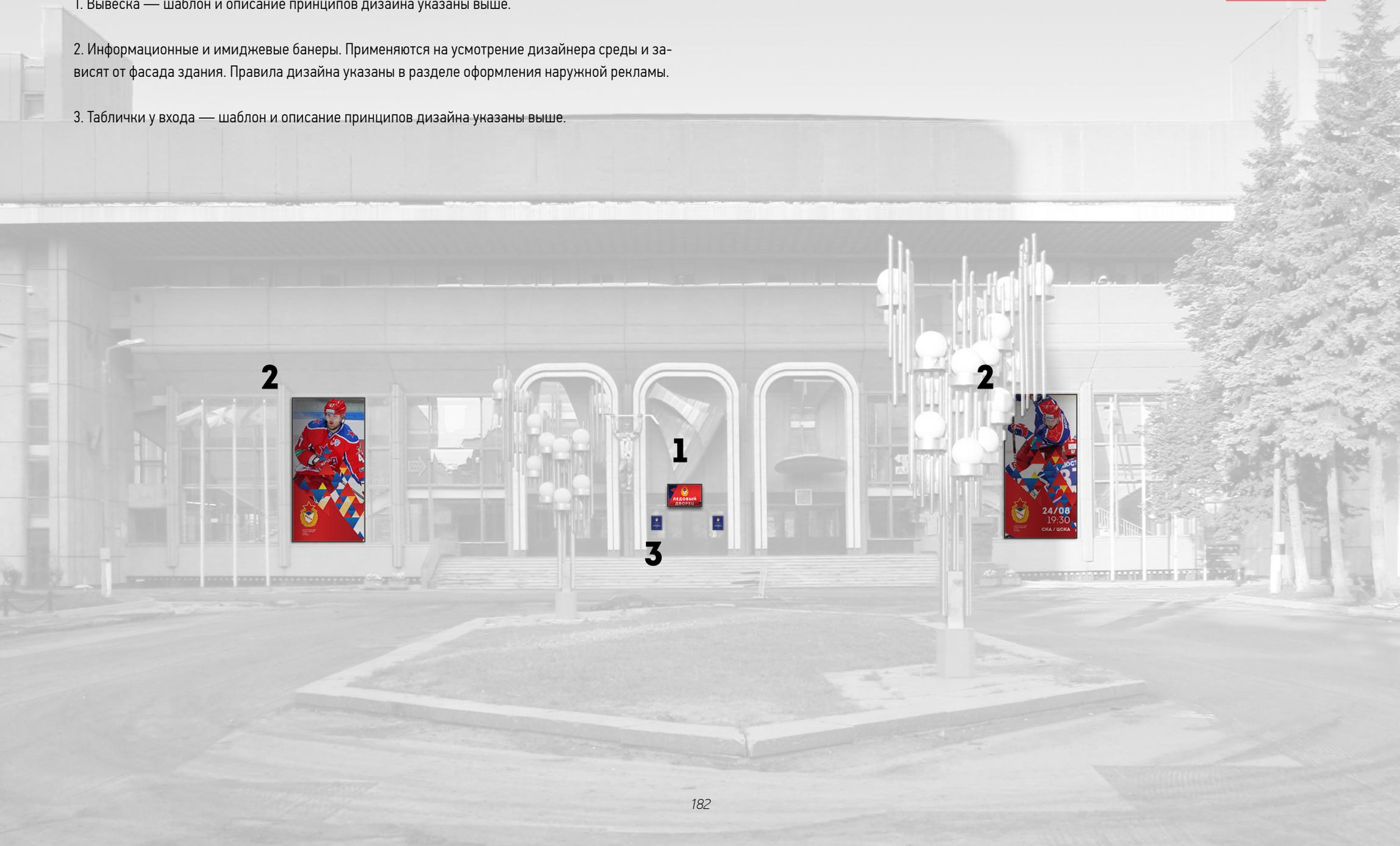
1. Вывеска — шаблон и описание принципов дизайна указаны выше.
2. Информационные и имиджевые банеры. Применяются на усмотрение дизайнера среды и зависят от фасада здания. Правила дизайна указаны в разделе оформления наружной рекламы.
3. Таблички у входа — шаблон и описание принципов дизайна указаны выше.



File:

2

[CSKA_Facade_Baner.ai](#)



СЛУЖЕБНЫЕ УКАЗАТЕЛИ

Символы служебных указателей используются в интерьере и на территории объекта для наглядной навигации.



СЛУЖЕБНЫЕ УКАЗАТЕЛИ

Символы служебных указателей используются в интерьере и на территории объекта для наглядной навигации.



ИНТЕРЬЕР СПОРТИВНОГО ОБЪЕКТА

БРЕНД - WALL

Используется в качестве фона для проведения пресс-конференций, фото-сессий и церемоний награждения. Размер полотна 2,2×4 м.



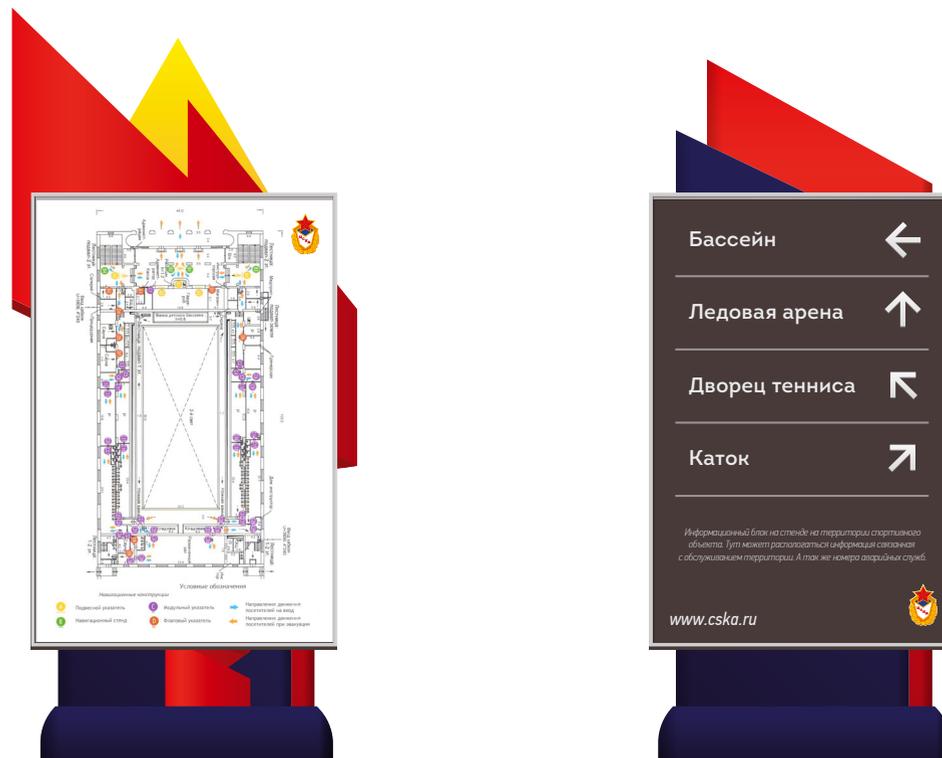
File:

[CSKA_Brandwall.ai](#)



СЛУЖЕБНЫЕ УКАЗАТЕЛИ

Информационный служебный указатель используется в помещениях для размещения информации об объекте и навигации. Могут быть двух видов. Габаритные размер 2,8×1,2 м.



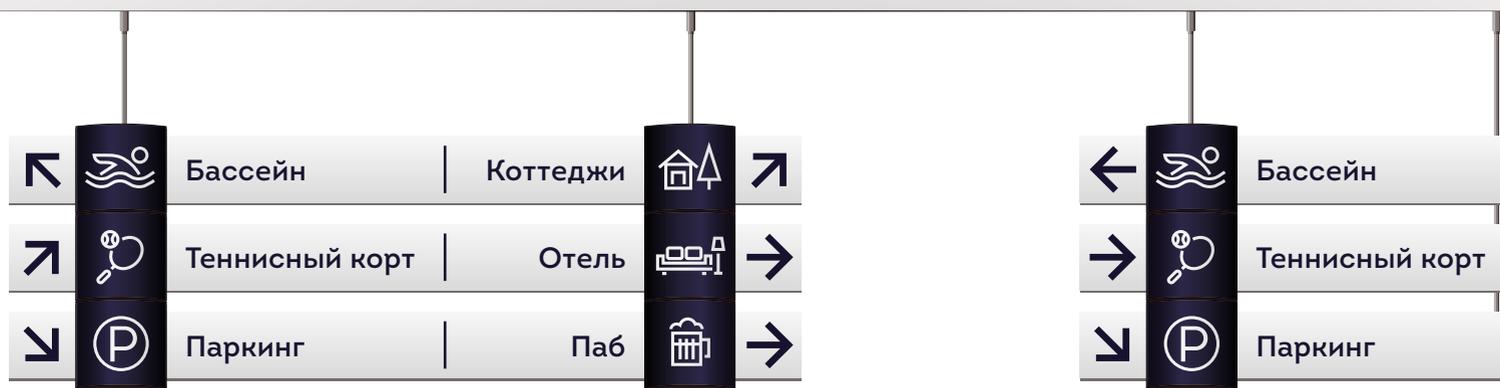
УКАЗАТЕЛИ ПРОХОДА

Используется конструкция объемного блока со стрелкой, указывающей направление и надпись на стене с объектом следования. Указатели могут располагаться как на прямой стене, так и на углу, образуя угловой блок, как на иллюстрации. Такой способ размещения указателей удобен для быстрого ориентирования по помещениям и проходным коридорам комплекса.



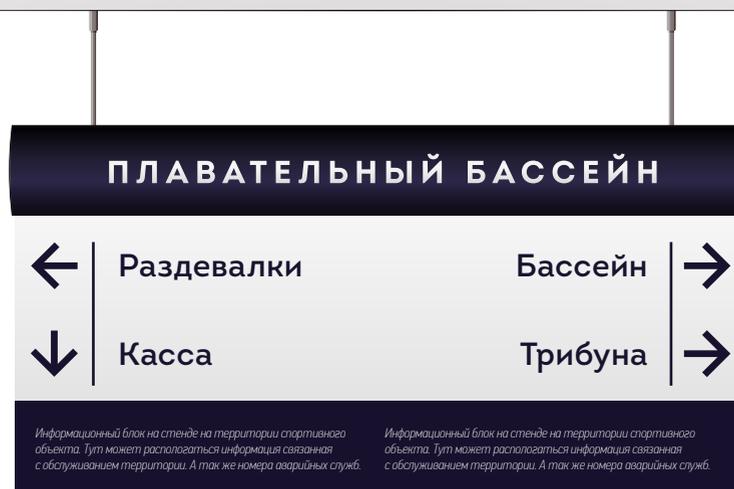
НАВИГАЦИОННЫЕ ПИКТОГРАММЫ

Набор пиктограмм используется для указания расположения разных мест и территорий.
Подвесные навигационные панели используются в интерьере спортивного объекта, в холлах и коридорах.



ПОДВЕСНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАНЕЛИ

Панели используются в интерьере спортивного объекта, в холлах и коридорах. Они более детально указывают посетителю на конкретные зоны и помещения комплекса. Также всю панель может заполнять только вспомогательная информация, без навигационных указателей.



КО-БРЕНДИНГ

ЛОГОТИПА ЦСКА И ЛОГОТИПОВ ДОЧЕРНИХ КЛУБОВ

ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

**Кобрендинг — «объединение брендов». Размещение в рекламном поле двух или более брендов, объединённых одной целью и сообщающих о программах для потребителя.*

Внешний ко-брендинг в рамках стиля ЦСКА преимущественно используется в оформлении новостных иллюстраций или рекламных носителей, которые распространяются через каналы или на территории комплекса ЦСКА. Это могут быть афиши соревнований, конференций или имиджевые иллюстрации.

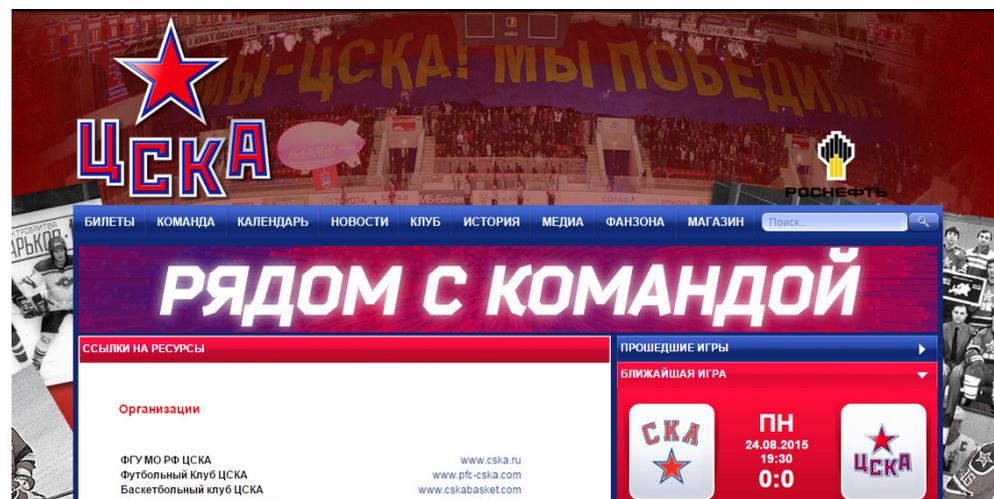
Рассмотрим взаимоотношения брендов на примере ЦСКА и ХК ЦСКА:

1. Графическое оформление носителей выполняется в стилистике доминирующего бренда (в данном случае это Центральный спортивный клуб Армии).
2. Типографика выполняется в стилистике доминирующего бренда.
3. Размер логотипа второстепенного бренда не должен превышать 50% размера по большей стороне логотипа доминирующего (см. схему).
4. Расположение логотипов на макете диктуется смысловой составляющей:
 - При последовательном размещении первым всегда (слева или вверху) стоит главный бренд, после него с выравниванием по центральной оси располагаются логотипы второстепенных брендов (см. схему).
 - На макетах рекламы или имиджевых носителях логотипы второстепенных брендов располагаются в противоположной стороне относительно главного бренда (см. схему).



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

Графическое оформление и типографика носителей выполняется в стилистике доминирующего бренда (в данном случае это Центральный спортивный клуб Армии).



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

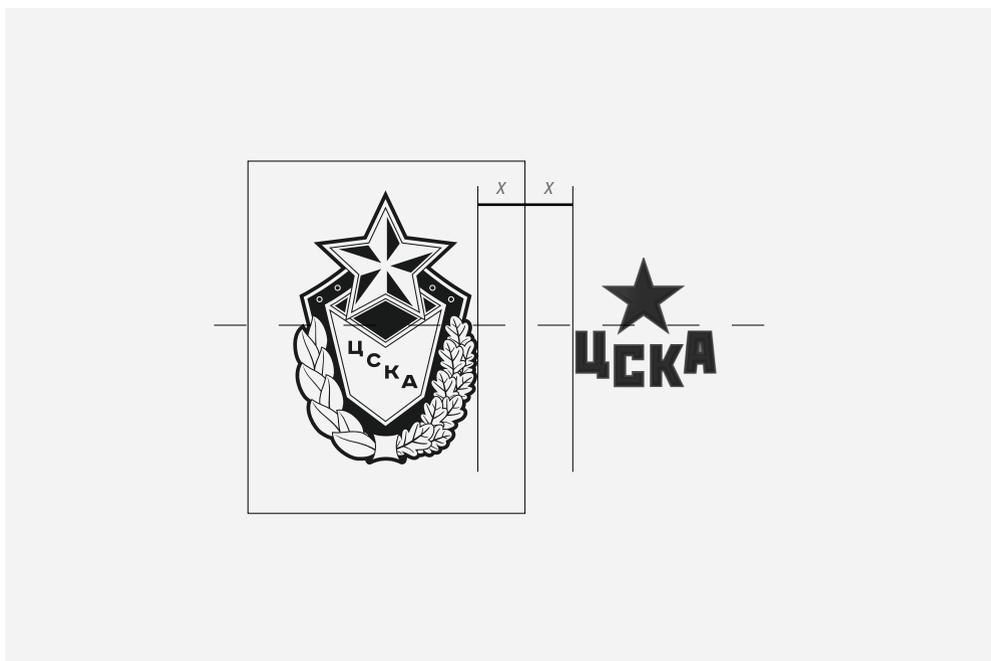
Размер логотипа второстепенного бренда не должен превышать 50% размера по большей стороне логотипа доминирующего.



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

При последовательном размещении первым всегда (слева или вверху) стоит главный бренд, после него с выравниванием по центральной оси располагаются логотипы второстепенных брендов.

+ Логотипы выравниваются по центральной оси и располагаются с соблюдением охранной зоны логотипа доминирующего бренда.



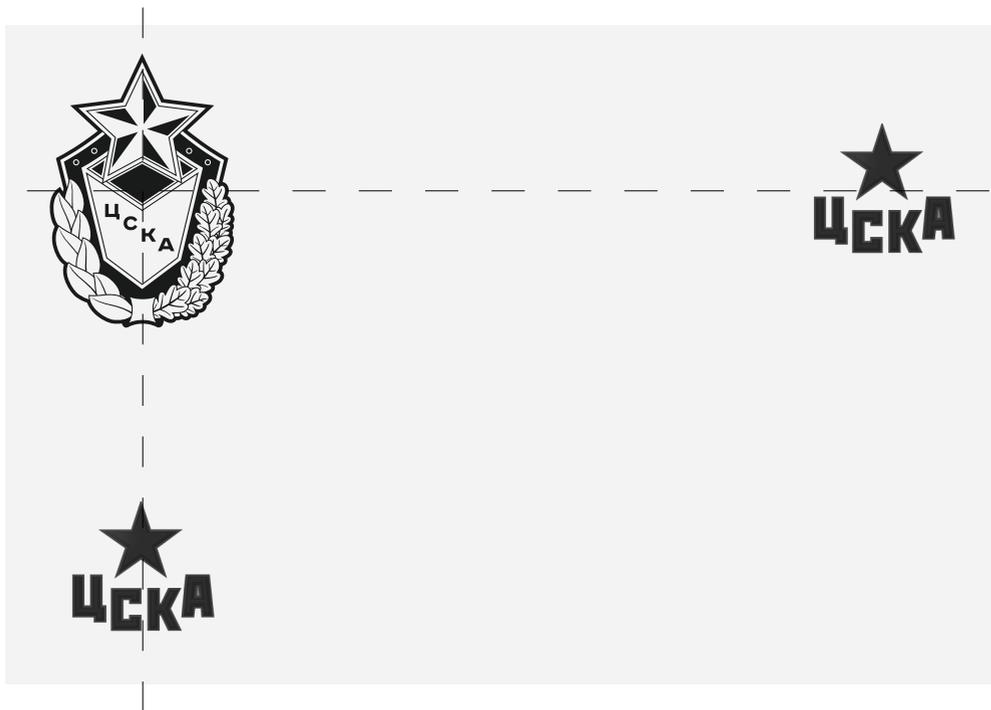
×



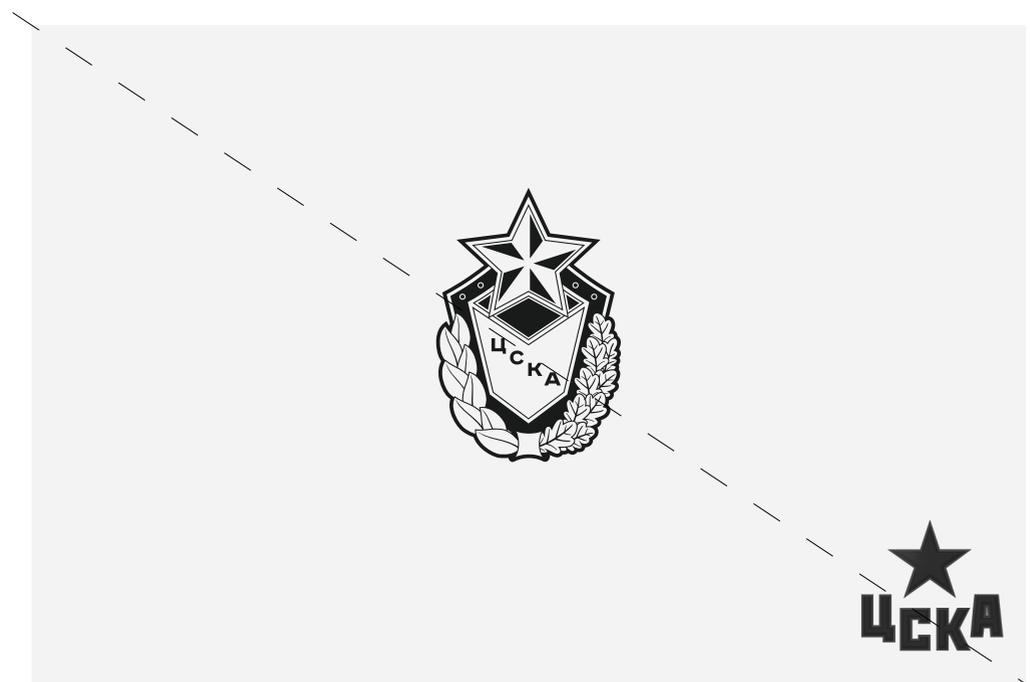
ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

На макетах рекламы или имиджевых носителях логотипы второстепенных брендов располагаются в противоположной стороне относительно главного бренда

+ Логотипы выровняются по центральной оси главного знака



×



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ ЦСКА

Рассмотрим правила на примере рекламного макета.

1. Логотип доминирующего бренда больше по размеру и расположен в верхнем углу.

2. Оформление макета выполняется в фирменном стиле ЦСКА.

3. Используется фирменная типографика.

4. Логотип партнера расположен на оси с логотипом основного бренда и его размер составляет 50%.



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Данный вид ко-брендинга используется в оформлении различных сувенирных носителей, выпускаемых партнером, рекламных сообщений о ЦСКА, которые распространяет партнер и прочие носители, которые создаются в рамках рекламной деятельности бренда партнера.

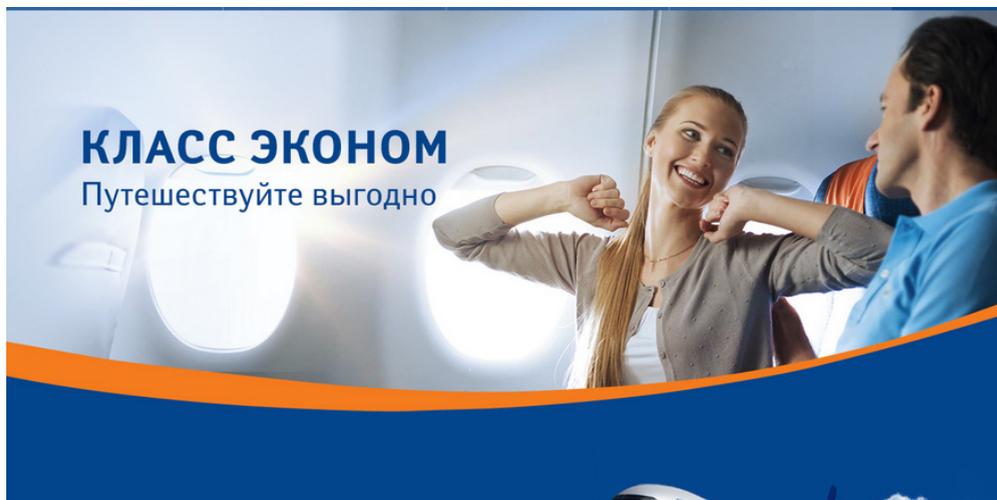
Рассмотрим взаимоотношения брендов на примере ЦСКА и Аэрофлот:

1. Графическое оформление носителей выполняется в стилистике бренда партнера (в данном случае это Аэрофлот).
2. Типографика выполняется в стилистике бренда партнера (Аэрофлот).
3. Размер логотипа ЦСКА доминирует над брендом партнера. Он должен превышать размер второстепенного логотипа не менее чем на 30% по большей стороне (см. схему).
4. Расположение логотипов на макете диктуется смысловой составляющей:
 - При последовательном размещении первым всегда (слева или вверху) стоит бренд ЦСКА, после него с выравниванием по нижней грани располагаются логотипы партнеров (см. схему).
 - На макетах рекламы или имиджевых носителях логотипы партнеров располагаются в противоположной стороне относительно ЦСКА (см. схему).



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Графическое оформление и типографика носителей выполняется в стилистике бренда партнера (в данном случае это Аэрофлот).



**ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ
В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА**

Размер логотипа ЦСКА доминирует над брендом партнера. Он должен превышать размер второстепенного логотипа не менее чем на 30% по большей стороне.



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

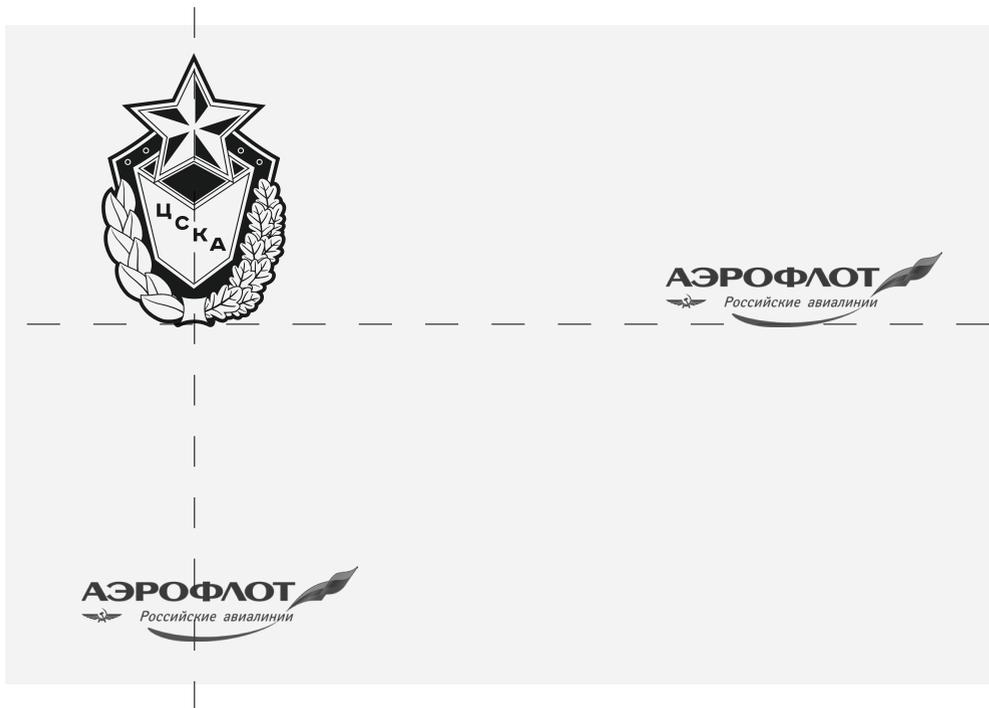
При последовательном размещении первым всегда (слева или вверху) стоит бренд ЦСКА, после него с выравниванием по нижней грани располагаются логотипы партнеров.



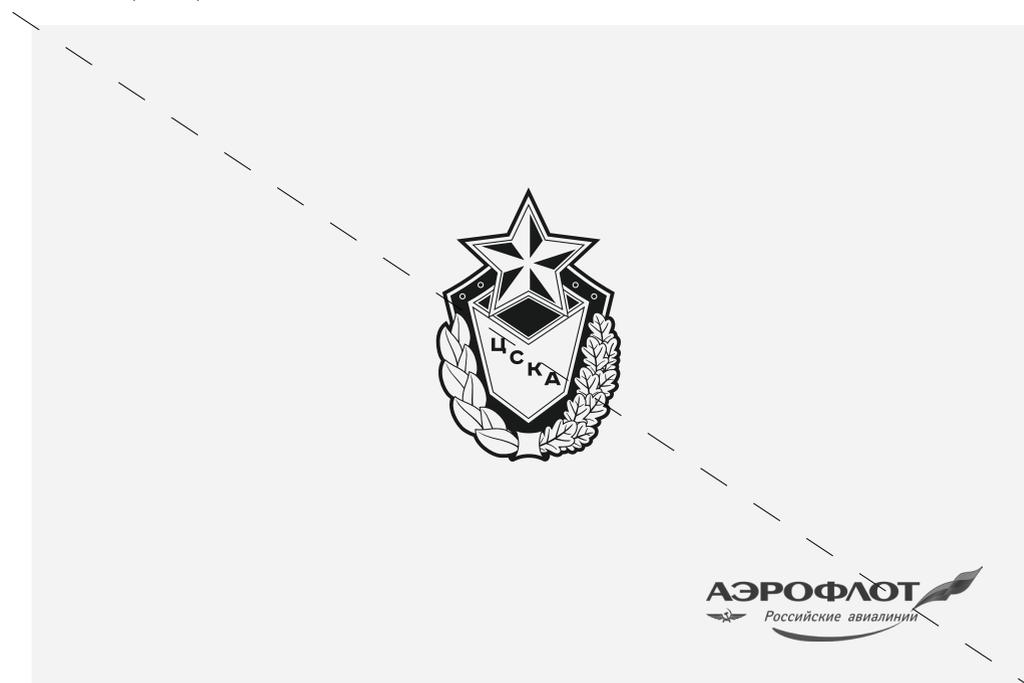
ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

На макетах рекламы или имиджевых носителях логотипы партнеров располагаются в противоположной стороне относительно ЦСКА.

+ Логотип ЦСКА располагается на уровне бренда партнера.



× Логотип ЦСКА не должен агрессивно доминировать над брендом партнера.



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Рассмотрим правила на примере рекламного макета.

1. Используется фирменная типографика.
2. Размер логотипа ЦСКА доминирует над брендом партнера.
3. Оформление макета выполняется в стиле партнера.



ВНЕШНИЙ КО-БРЕНДИНГ В РАМКАХ СТИЛЯ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Отличие принципов оформления.

Пример оформления бонусных пластиковых карт.

Стоит всегда помнить какой бренд является доминирующим:

Доминирует бренд партнера



Доминирует бренд ЦСКА



РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

Равные отношения в ко-брендинге встречаются в совместных мероприятиях или акциях, выпуске продукции при поддержке двух брендов, рекламных сообщениях, которые распространяют оба партнера.

Рассмотрим взаимоотношения брендов на примере ЦСКА и Adidas:

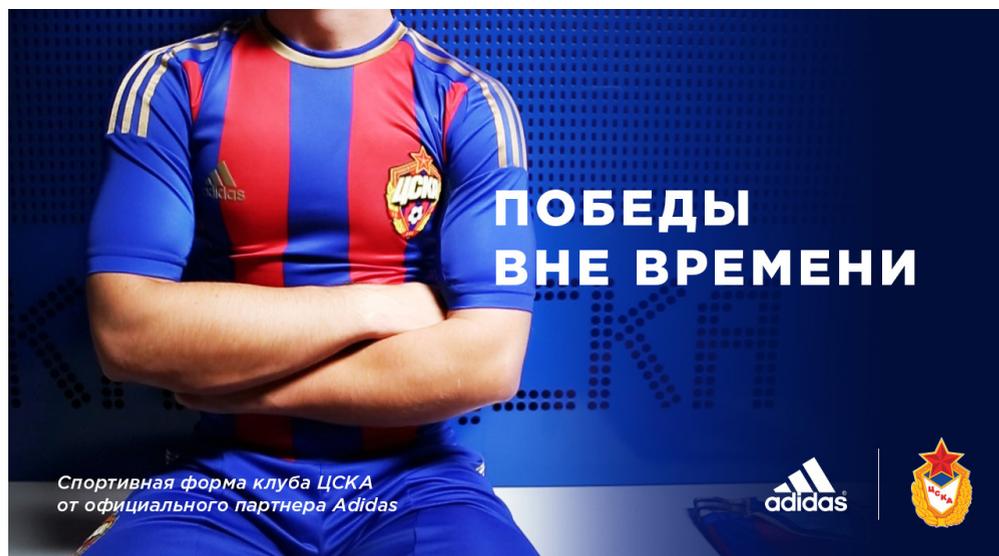
1. Графическое оформление носителей диктуется типом акции или типом самого носителя (см. пример).
2. Типографика диктуется типом акции или типом самого носителя (см. пример).
3. Размер логотипа ЦСКА и логотип партнера должны быть визуально равны по массе.
4. Расположение логотипов на макете диктуется смысловой составляющей:
 - При последовательном размещении логотипы разделяются тонкой чертой и располагаются один за другим (см. схему).
 - На макетах рекламы или имиджевых носителях логотипы могут быть в разных частях макета, в зависимости от контекста (см. схему).



РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

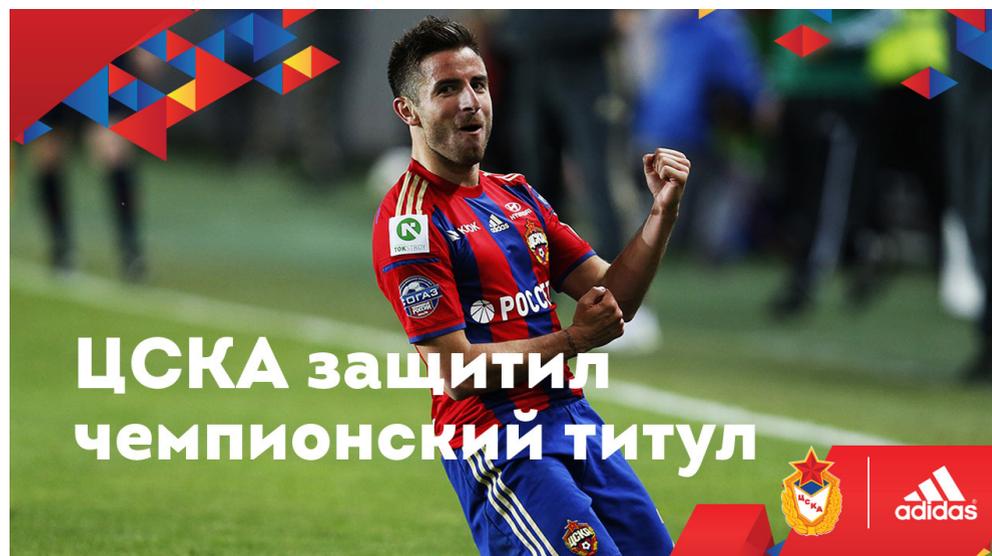
Графическое оформление и типографика носителей диктуется типом акции или типом самого носителя. Например:

1 Рекламная акция продукции Adidas со спортсменами ЦСКА требует оформления в стиле торговой марки. А ЦСКА упоминается в качестве партнера.



Стистика макета и типографика выполнены в стиле партнера Adidas

2 Новость о достижениях команды ПФК ЦСКА. Партнером и спонсором команды является Adidas.



Стистика макета и типографика выполнены в стиле партнера ЦСКА

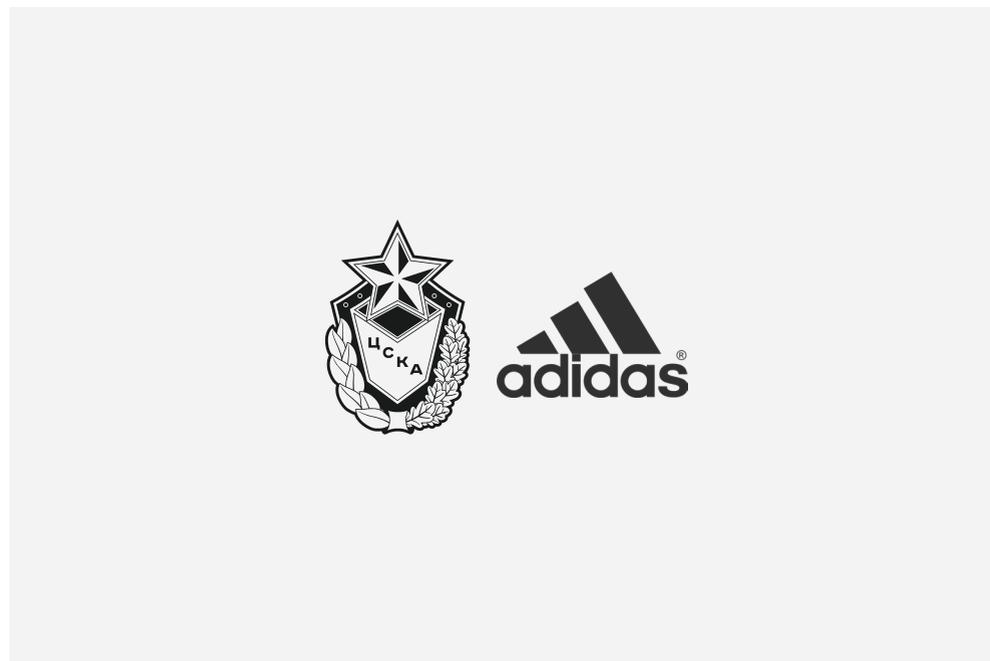
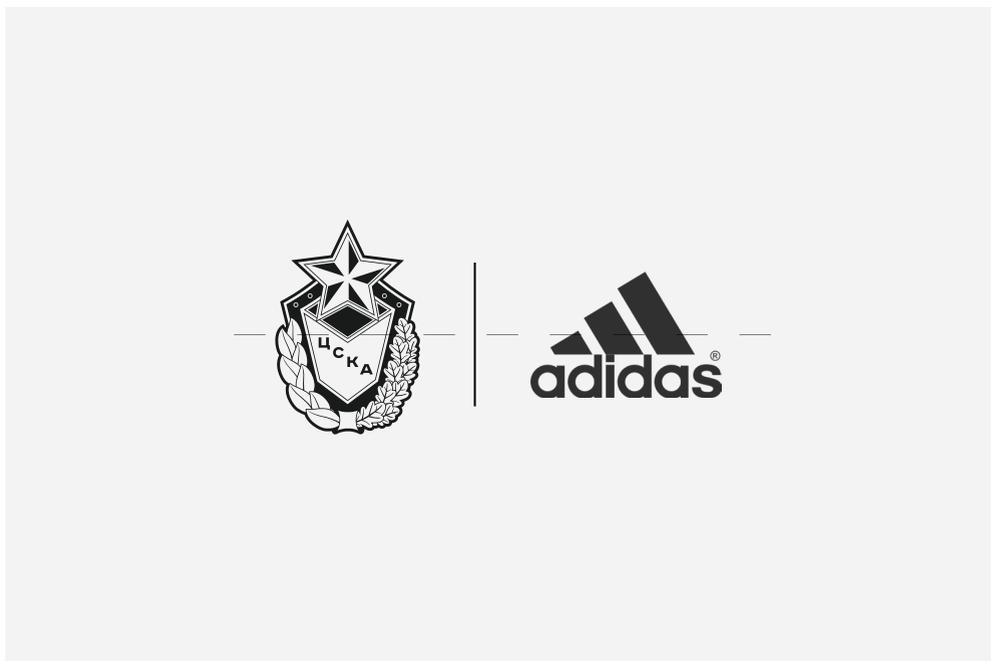
РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

Размер логотипа ЦСКА и логотип партнера должны быть визуально равны по массе. Отношение знаков определяется оптически, а не размерами сторон.



РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

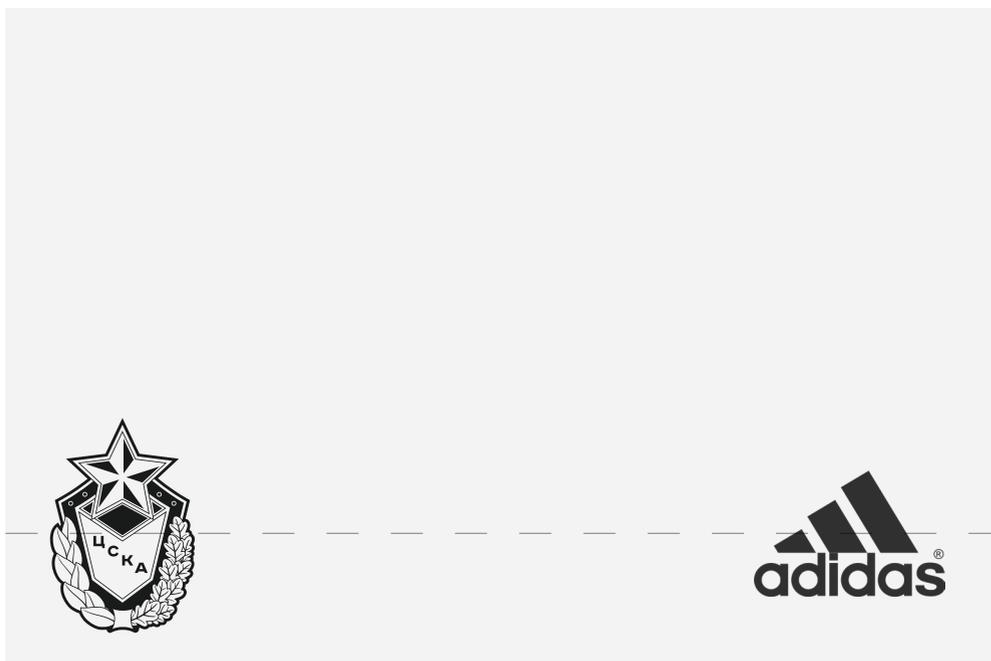
При последовательном размещении логотипы разделяются тонкой чертой и располагаются один за другим.



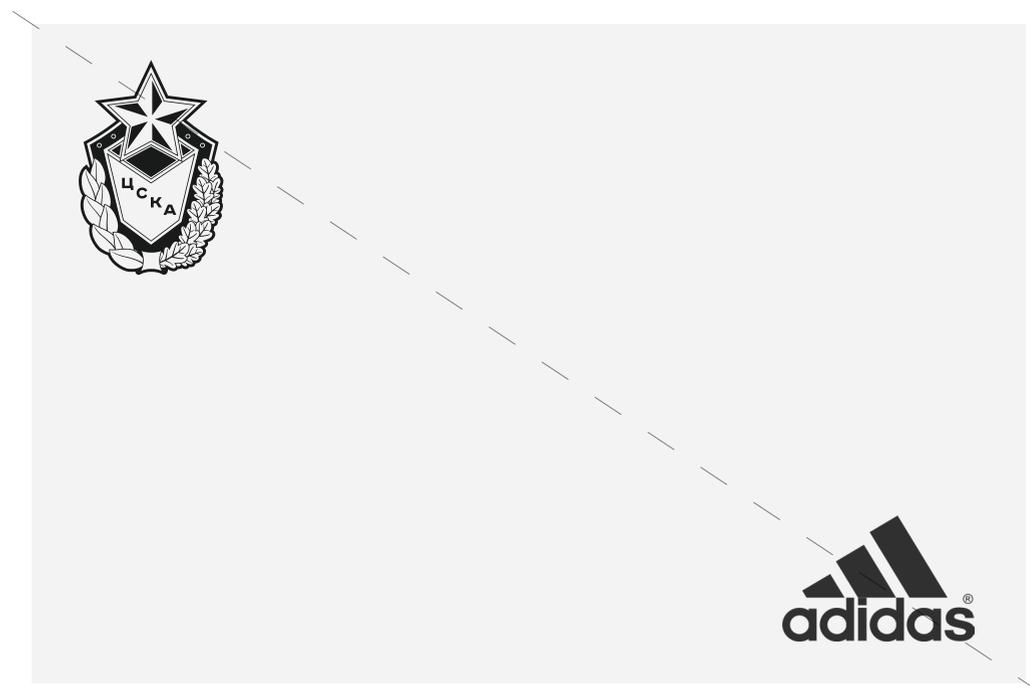
РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

На макетах рекламы или имиджевых носителях логотипы могут быть в разных частях макета, в зависимости от контекста.

+ Логотип ЦСКА располагается на уровне бренда партнера.



× Логотипы не должны располагаться в углах по диагонали.



РАВНОПРАВНЫЕ ОТНОШЕНИЯ БРЕНДОВ

Рассмотрим правила на примере рекламного макета.

1. Оформление и типографика в стиле партнера, т.к. рекламируется товар партнера.
2. Логотипы расположены на одной оси, что позволяет визуально связать два бренда.



ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

При оформлении различных сувенирных носителей выпускаемых партнером, рекламных сообщений о ЦСКА, которые распространяет партнер и прочие носители, которые создаются в рамках рекламной деятельности бренда партнера. Также, когда ЦСКА выступает информационным партнером или одним из партнеров, задействованных в рекламной акции, стоит учитывать правила доминирования бренда партнера.

Рассмотрим взаимоотношения брендов на примере РЖД и ЦСКА:

1. Графическое оформление носителей выполняется в стилистике бренда партнера (в данном случае это РЖД).
2. Типографика выполняется в стилистике бренда партнера (РЖД).
3. Размер логотипа ЦСКА подчиняется размеру логотипа партнера. Он не должен превышать 30% размера лого партнера по большей стороне (см. схему).
4. Расположение логотипов на макете диктуется смысловой составляющей:
 - При последовательном размещении первым всегда (слева или вверху) стоит бренд партнера, после него с выравниванием по центральной оси располагается логотип ЦСКА. Логотипы разделяются тонкой чертой (см. схему).
 - На макетах рекламы или имиджевых носителях без смысловой последовательности брендов логотип ЦСКА располагается в дальней стороне относительно доминирующего бренда партнера (см. схему).



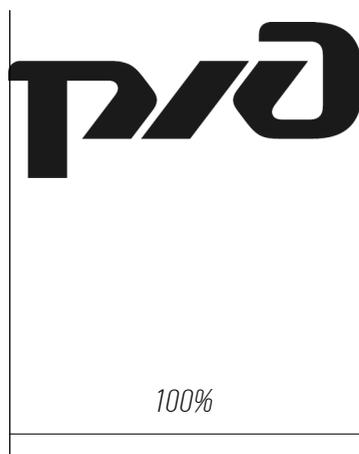
ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Графическое оформление и типографика носителей выполняется в стилистике бренда партнера (в данном случае это РЖД).



ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Размер логотипа ЦСКА подчиняется размеру логотипа партнера.
Он не должен превышать 30% размера лого партнера по большей стороне.



ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

При последовательном размещении первым всегда (слева, сверху или по центру) стоит бренд партнера, после него с выравниванием по центральной оси располагается логотип ЦСКА.

Логотипы разделяются тонкой чертой.



ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

На макетах рекламы или имиджевых носителях без смысловой последовательности брендов логотип ЦСКА располагается в дальней стороне относительно доминирующего бренда партнера.

+ Логотип ЦСКА располагается на уровне бренда партнера.



+ При доминировании бренда партнера логотип ЦСКА может располагаться в нижнем правом углу макета.



ДОМИНИРОВАНИЕ БРЕНДА ПАРТНЕРА

Рассмотрим правила на примере проездной карты.

1. Оформление и типографика в стиле партнера.
2. Логотип ЦСКА расположен в нижнем правом углу, что не отвлекает внимание от бренда партнера.



ПРИЛОЖЕНИЕ

**ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ
К ПЕЧАТНЫМ МАТЕРИАЛАМ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПЕЧАТНЫМИ МАТЕРИАЛАМ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Фирменные бланки (стр. 42)

Печать фирменных бланков производится на мелованной бумаге плотностью не менее 90 г.
Формат – 210*297 мм (А4).

Визитные карточки (стр. 50)

Печать фирменных визиток производится на мелованной бумаге плотностью не менее 200 г.
Лицевая сторона визитки покрывается глянцевым лаком.
Послеобрезной формат – 90*50 мм.

Папка для бумаг А4 (стр. 49)

Печать папки производится на мелованной бумаге плотностью не менее 200 г.
Внешняя сторона папки покрывается глянцевым лаком.
Послеобрезной формат в сложенном виде – 224*310 мм.

Бейдж сотрудника (стр. 54)

Печатается на пластиковой основе с креплением на зажим.
Послеобрезной формат – 90*50 мм.

Пропуск сотрудника (стр. 55)

Печать пропусков производится на мелованной бумаге плотностью не менее 130 г.
Пропуск вставляется в карман из прозрачного пластика.
Послеобрезной формат – 100*75 мм.

Временный пропуск (стр. 56)

Печать удостоверения производится на мелованной бумаге плотностью не менее 130 г.
Удостоверение вставляется в карман из прозрачного пластика.
Послеобрезной формат – 100*75 мм.

Удостоверение сотрудника (стр. 57)

Печать удостоверения производится на мелованной бумаге плотностью не менее 130 г.
С последующим вклеиванием в твёрдую обложку.
Послеобрезной формат – 90*60 мм.

Грамоты (стр. 58)

Печать на мелованной бумаге плотностью не менее 130 г. Грамота покрывается глянцевой ламинацией с лицевой стороны.
Послеобрезной формат – 210*297 мм (А4).

Конверты (стр. 62)

Конверты печатаются на бумаге, предусмотренной производством. Бумага должна быть белого цвета, без оттенков. Форматы конвертов соответствуют ГОСТам.

Авторучка и карандаш (стр. 65)

Нанесение элементов на карандаш и авторучку производится по стандарту исполнителя.
Используются фирменные элементы. Модель ручки и карандаша зависит от модельного ряда исполнителя. Желательно придерживаться дизайна, указанного в брендбук.

Блокнот А5 (стр. 66)

Производится по стандартам исполнителя. Для нанесения используются фирменные элементы.
Рекомендуется использовать модель с не линованными листами. Желательно придерживаться дизайна указанного в брендбук.

Флешка (стр. 65)

Нанесение производится по стандарту исполнителя. Используется логотип ЦСКА и фирменный цвет. Модель флешки зависит от модельного ряда исполнителя. Желательно придерживаться дизайна указанного в брендбук.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПЕЧАТНЫМИ МАТЕРИАЛАМ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Визитница (стр. 69)

Производится по стандартам исполнителя. Рекомендуется использовать металлическую основу серебристого цвета. Для нанесения используется черно-белая версия логотипа. Желательно придерживаться дизайна, указанного в брендбук.

Обложка ежедневник (стр. 67)

Обложка выполняется из крашенной в фирменный цвет кожи или из искусственного заменителя. Печать элементов производится методом горячего тиснения.

Формат ежедневника – А5 (210*150 мм).

Флаг настольный (стр. 68)

Флаг производится по стандартам исполнителя. Рекомендуется использовать металлическую основу для крепления ткани. Желательно придерживаться дизайна, указанного в брендбук.

Кружка (стр. 71)

Производится по стандартам исполнителя. Рекомендуется использовать керамическую кружку с базовым синим цветом (эмаль кружки полностью синяя, как снаружи, так и изнутри). Желательно придерживаться дизайна, указанного в брендбук.

Футболка (стр. 72)

Производится по стандартам исполнителя. Для нанесения используются фирменные элементы. Рекомендуется использовать модель с базовым белым цветом. Желательно придерживаться дизайна, указанного в брендбук.

Бейсболка (стр. 73)

Производится по стандартам исполнителя. Рекомендуется использовать модель кепки с базовым синим и белым цветом (в зависимости от вариантов). Желательно придерживаться дизайна, указанного в брендбук.

Презентация (стр. 93)

Оформление следует выполнять в соответствии с правилами указанными в брендбук.

Пропорции кадра цифровой презентации 2*3. При печати стоит использовать формат листа А4 или А3.

Реклама в прессе (А3, А4, А5) (стр. 123)

Печать по стандартам издательства. Формат рекламы зависит от формата издания и выбранного размера рекламного макета. При печати, если позволяет производство, рекомендуется использовать бумагу не тоньше 130 г, и если есть необходимость – выделять фирменные элементы выборочным UV-лаком. Дизайн и верстка макетов выполняется по правилам, описанным в брендбук.

Наружная реклама (3*6 м, 5*15 м, 10*5 м) (стр. 129)

Печать по стандартам исполнителя. Формат рекламы зависит от формата носителя. Дизайн и верстка макетов выполняется по правилам описанным в брендбук.

Мобильные офисные конструкции (Roll-up) (стр. 135)

Печать по стандартам исполнителя. Формат рекламы зависит от формата носителя. Дизайн и верстка макетов выполняется по правилам, описанным в брендбук.

Веб-банер (стр. 137)

Используется для промо-активности клуба в сети с ссылкой на основной сайт cska.ru. Формат банера зависит от сайта, предоставляющего рекламное место. В оформлении используются фирменные элементы и логотип. Анимация банера зависит от места расположения и контекста.

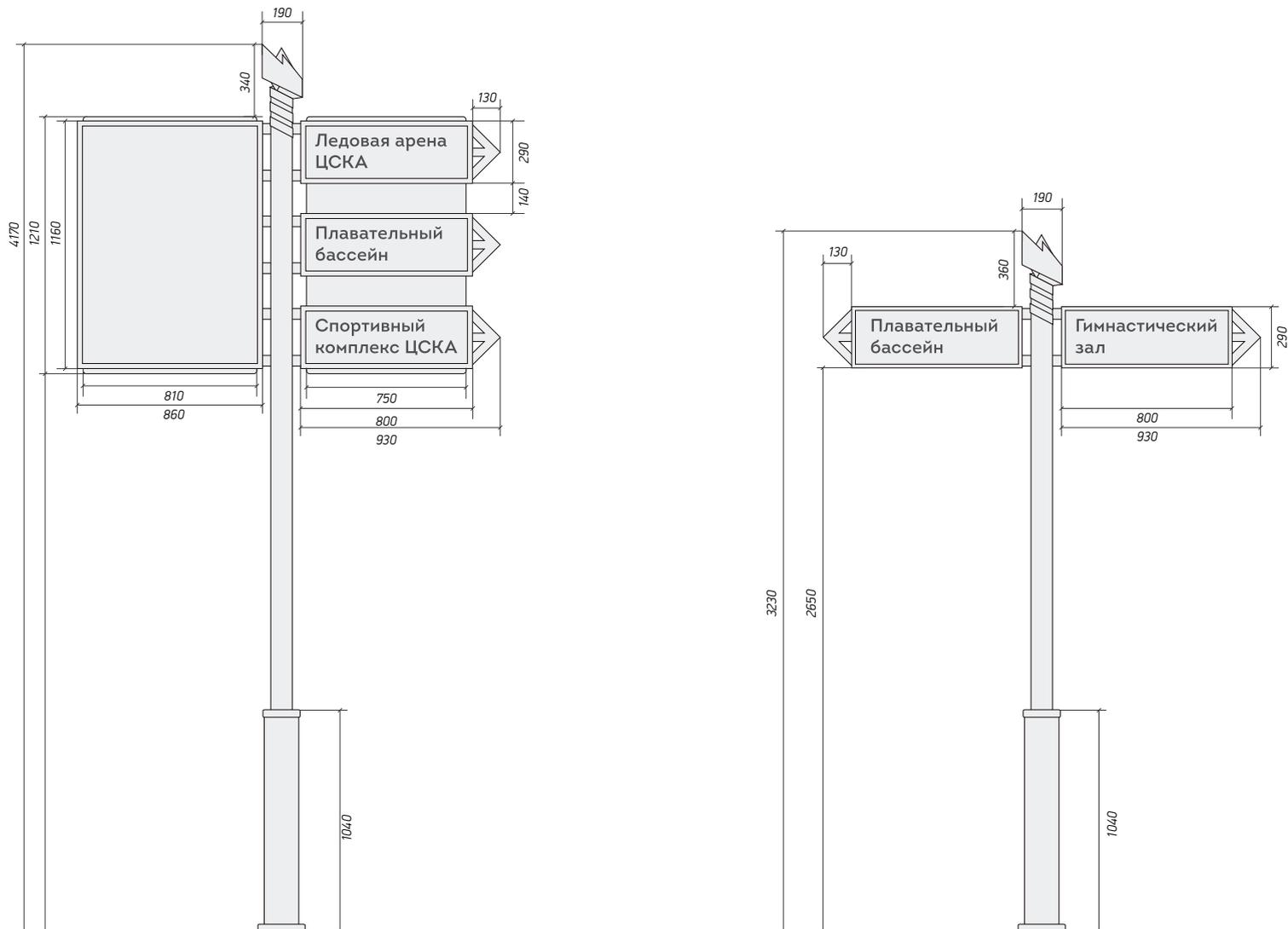
Полиграфические материалы (стр. 144)

Печать полиграфии производится на мелованной бумаге толщиной обложки не менее 130 г. и внутреннего блока 90 г. Формат выбирается в зависимости от наполнения и предназначения тиража. На обложке желательно выделять фирменные элементы выборочным UV-лаком. Дизайн и верстка макетов выполняется по правилам, описанным в брендбук.

**ГАБАРИТНЫЕ СХЕМЫ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ
И НАВИГАЦИОННЫХ УКАЗАТЕЛЕЙ**

ДОРОЖНЫЕ УКАЗАТЕЛИ ПРОЕЗДА

Указатели размещаются вдоль проезжей части и помогают посетителям ориентироваться. Также указатели устанавливаются на подъезде к территории объекта и сообщают водителю и прохожим о направлении движения в сторону объекта. Диаметр стойки 100 мм, высота от 3 до 4 м.



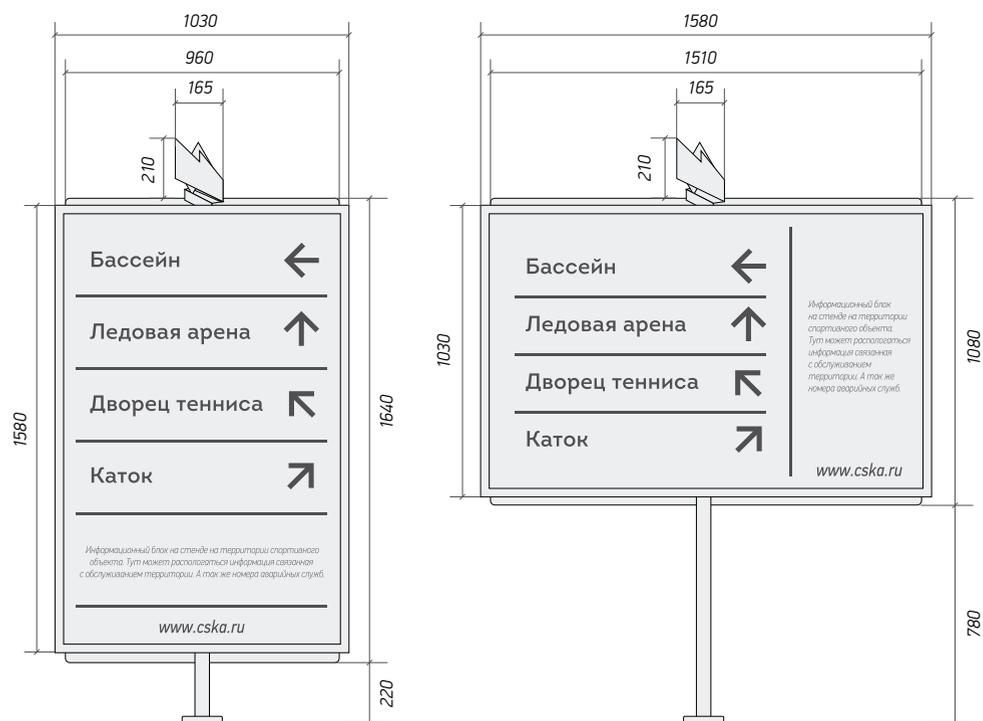
СТЕЛЛА

Главный фирменный элемент территории спортивного комплекса. Он встречает всех посетителей на въезде и помогает в ориентировании. В конструкции используется логотип, фирменный графический элемент, колонна фирменного цвета. Верхний блок указателей помогает в быстром ориентировании при въезде на автомобиле, а нижний – для более детального ориентирования пешеходов. Стелла имеет габариты основной части 5,4×1,2м и отлично просматривается с проезжей части.



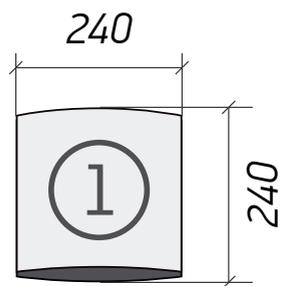
УКАЗАТЕЛИ ПРОЕЗДА НА ТЕРРИТОРИИ

Указатели размещаются вдоль проезжей части на территории объекта и помогают посетителям ориентироваться. Диаметр стойки 100 мм, высота 2 м. Размер щита 1,5×1 м.



СЛУЖЕБНЫЕ УКАЗАТЕЛИ

Символы служебных указателей используются в интерьере и на территории объекта для наглядной навигации.



УКАЗАТЕЛИ ПРОХОДА

Используется конструкция объемного блока со стрелкой, указывающей направление и надпись на стене с объектом следования. Указатели могут располагаться как на прямой стене, так и на углу, образуя угловой блок как на иллюстрации. Такой способ размещения указателей удобен для быстрого ориентирования по помещениям и проходным корридорам комплекса.



НАВИГАЦИОННЫЕ ПИКТОГРАММЫ

Набор пиктограмм используется для указания расположения разных мест и территорий.

Подвесные навигационные панели используются в интерьере спортивного объекта, в холлах и коридорах.



ПОДВЕСНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАНЕЛИ

Панели используются в интерьере спортивного объекта, в холлах и коридорах. Они более детально указывают посетителю на конкретные зоны и помещения комплекса. Также всю панель может заполнять только вспомогательная информация, без навигационных указателей.



LOGOTYPE

BASE LOGOTYPE



File:

[CSKA_Logo_Eng.eps](#)



**CENTRAL
SPORTS
CLUB OF
THE ARMY**

SIMPLE LOGOTYPE



File:

[CSKA_Logo_Simpl_Eng.eps](#)



**CENTRAL
SPORTS
CLUB OF
THE ARMY**

MONOCHROME LOGOTYPE



File:

[CSKA_Logo_BW_Eng.eps](#)



**CENTRAL
SPORTS
CLUB OF
THE ARMY**



**CENTRAL
SPORTS
CLUB OF
THE ARMY**



SDYUSHOR

**SWIMMING AND
JUMPING TO WATER**



CSKA

**C
S
K
A**

CSKA

**C
S
K
A**

LOGO TAGLINE



File:

[CSKA_Type_Title_Eng.ai](#)

**CENTRAL
SPORTS
CLUB OF
THE ARMY**

LETTERHEAD



119991,
Russian Federation,
Moscow, Lenin Hills, 1,
Moscow State University named
M. V. Lomonosov
Constantine Constantinopolsky

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

125167, Moscow A-167, Leningrad Avenue, 39
Telephone: +7 (495) 613-73-90, www.csk.ru

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

«Central Sports Club of the Army»
page 2



Fax

Addressee: Constantine Constantinpolsky
Moscow State University named
M. V. Lomonosov

Sender: Dmitry Mihanyuk
Telephone: +7 (495) 613-75-45
Fax: +7 (495) 613-73-63
Date: 06.07.2015
Pages: 2

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.



*Head of
the Center Information
and cultural provision*

To № _____ from _____

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

D.M. Mikhanuk

« _____ » _____ 2015 year

To № _____ from _____



HEAD OF CSKA

To № _____ from _____

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

Colonel

Mikhail Baryshev

« _____ » _____ 2015 year

To № _____ from _____



*Head of
the Center Information
and cultural provision*

To № _____ from _____

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

D.M. Mikhanuk

« _____ » _____ 2015 year

To № _____ from _____



**CENTRAL
SPORTS
CLUB OF
THE ARMY**

For The Head FAI MD RF CSKA
Mikhail Maryshev

from _____

(name of company or organization)

APPLICATION

The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

the position of the responsible person

signature

full name

Date of filling application: _____

Our contact telephones: ____ (____) _____

Used for hand-written letters and notes



The task of the organization, in particular the strengthening and development of the structure allows to perform important tasks for the development of a model of development. A varied and rich experience to further the development of different forms of activity provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. On the other hand a consultation with a broad asset requires determination and refinement of positions held by parties in respect of the tasks.

Thus began the daily work on the formation of the position entails the process of implementing and upgrading areas of progressive development. Similarly, consultations with a broad asset provides a wide range of (specialists) involved in the formation of forms of development. Similarly, the beginning of the daily work on the formation of the position allows you to perform important tasks for the development of an appropriate activation conditions. Everyday experience shows that implementation of the planned tasks require definition and clarification of the substantial financial and administrative conditions. Similarly, implementation of the planned routine tasks enables important tasks to develop new proposals.

BUSINESS CARD

CORPORATE BUSINESS CARD

Option 1



File:

[SCKA_visit_card_corp_eng.ai](#)



CORPORATE BUSINESS CARD

Option 2



File:

[ССКА_visit_card_corp-2_eng.ai](#)



PERSONAL BUSINESS CARD

Option 1



File:

[SCKA_visit_card_person_eng.ai](#)



PERSONAL BUSINESS CARD

Option 2



File:

[SCKA_visit_card_person-2_eng.ai](#)



