



РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ЛОГОТИП

ШРИФТ

ЦВЕТ

ГРАФИКА

МАКЕТ

Основная версия

Логотип и тональность фона

Охранная зона и минимальный размер

Английская версия

Монохромная версия

Кобренд

Размещение на пёстром фоне

Правила вписывания логотипа в круг

Правила использования



ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ

[Скачать логотип](#)

ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ЛОГОТИП



ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ЛОГОТИП

Подходит для работы с ограниченным пространством. Например, для презентации с вертикальной ориентацией слайдов.



ЛОГОТИП И ТОНАЛЬНОСТЬ ФОНА

Скачать логотип

Выбирайте логотип с учётом тона фона.
Важно добиться максимальной контрастности элементов.

В спорных ситуациях переведите фон в чёрно-белый, чтобы определить тональность.

HEX
#FFDD00

CMYK
2%, 10%, 92%, 0%

HEX
#878787

CMYK
0%, 0%, 0%, 60%

HEX
#1D1E1B

CMYK
74%, 65%, 63%, 81%



ОХРАННАЯ ЗОНА И МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

[Скачать логотип](#)

ОХРАННАЯ ЗОНА



Для горизонтальных версий условная величина X равна 1/2 высоты логотипа.

Для вертикальных версий условная величина Z равна 1/5 ширины логотипа.

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР



180 px



90 px

АНГЛИЙСКАЯ ВЕРСИЯ

[Скачать логотип](#)

ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ЛОГОТИП



ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ЛОГОТИП

Подходит для работы с ограниченным пространством. Например, для презентации с вертикальной ориентацией слайдов.



МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ

Скачать логотип

Горизонтальный логотип:



Вертикальный логотип:



КОБРЕНД

[Скачать логотип](#)

В кобрендинге логотипы разделяются чертой. Сначала идет логотип торговой марки (партнёра), а затем через черту логотип МДМ-Лайт. Разделительная черта может быть только чёрного или белого цветов, её высота равна высоте логотипов.

Охранное поле вокруг партнёрского логотипа, как и расстояние между двумя логотипами, равно $1/2$ высоты логотипов.

Кириллическое начертание логотипа торговой марки:

БОСМА

БОСМА

Латинское начертание логотипа торговой марки:

BOSMA

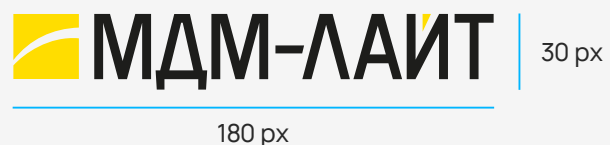
BOSMA

РАЗМЕЩЕНИЕ НА ПЁСТРОМ ФОНЕ

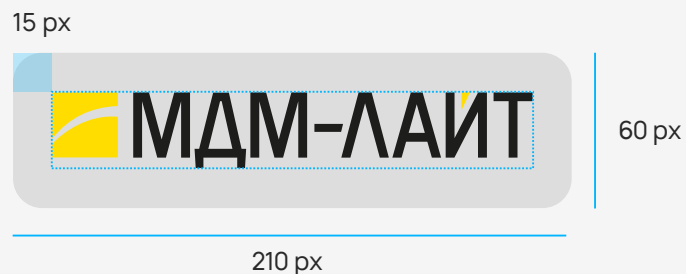
При размещении логотипа на пёстром фоне необходимо использовать плашки с эффектом глассморфизма: светлая плашка под тёмным логотипом, тёмная плашка – под серым и белым.

Поля от логотипа до плашки
с каждой стороны: $1/2$ высоты логотипа.

Радиус скругления плашки: 40%
от высоты логотипа.

[Скачать логотип](#)

Поля = $30\text{px} / 2 = 15\text{px}$
Радиус скругления = $30\text{px} * 40\% = 12\text{px}$



Радиус скругления - 12 px



ПРАВИЛА ВПИСЫВАНИЯ ЛОГОТИПА В КРУГ

[Скачать логотип](#)

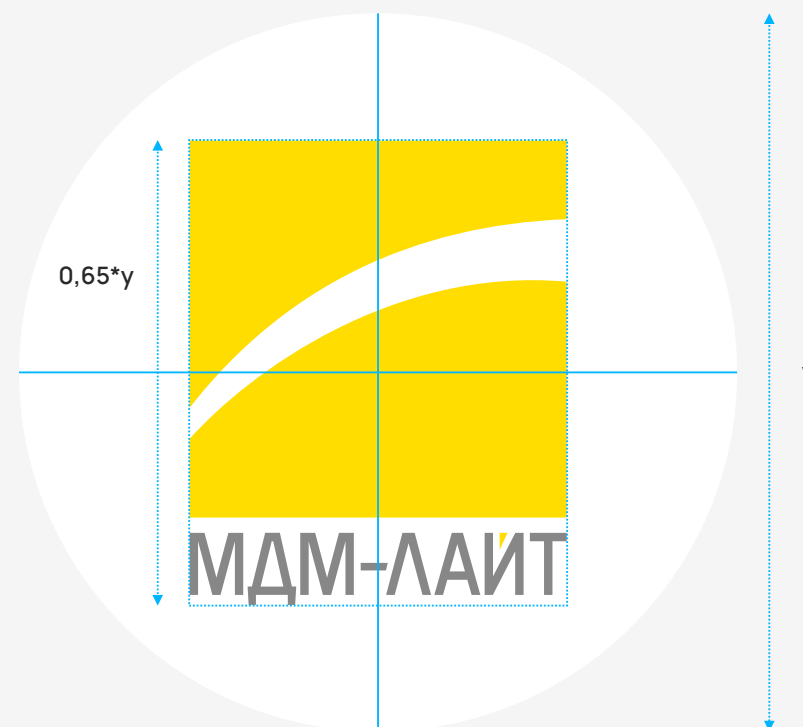
Для аватаров в социальных сетях и других круглых областей рекомендуется использовать вертикальную версию логотипа.

РАЗМЕР ЛОГОТИПА

Высота логотипа должна составлять 60-65% от диаметра круга. Это обеспечит достаточное пространство между логотипом и краем фигуры.

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Логотип должен быть расположен чётко по центру круга, чтобы сохранить симметрию и равновесие.



ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

[Скачать логотип](#)

ЭЛЕМЕНТЫ ЛОГОТИПА

Текстовая и графическая части логотипа определяют его уникальность и выступают в роли констант стиля. Они не могут использоваться отдельно друг от друга.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ

Недопустимо использование дополнительных эффектов: теней, свечения, обводок.



ЛОГОТИП
ШРИФТ
ЦВЕТ
ГРАФИКА
МАКЕТ

Шрифтовая пара
Отступы и интервалы
Трекинг и кернинг
Цвет текста
Цвет текста на фото



ШРИФТОВАЯ ПАРА

ЗАГОЛОВКИ И ПОДЗАГОЛОВКИ

Используется шрифт Manrope Regular. В ситуациях, когда необходимо добавить контраст и визуально выделить текст, допустимо использование начертаний Medium и SemiBold.

Все тексты заголовков и подзаголовков набираются только заглавными буквами.

ОСНОВНОЙ ТЕКСТ

Для наборного текста используется шрифтовая гарнитура Nunito в начертании Regular.

Manrope Regular
3x

КРУПНЫЙ ЗАГОЛОВОК

Manrope Regular
1,5x

ПОДЗАГОЛОВОК

Nunito Regular
x

Основной текст. Кстати, реплицированные с зарубежных источников, современные исследования, инициированные исключительно синтетически, своевременно верифицированы.

ОТСТУПЫ И ИНТЕРВАЛЫ

Важно сохранять достаточное пространство между строками и блоками текста, чтобы не перегружать макет и обеспечить визуальную структуру.

ИНТЕРЛИНЬЯЖ *

- заголовки — 80-90%;
- основной текст — 120%.

ИНТЕРВАЛЫ МЕЖДУ БЛОКАМИ

Расстояние между блоками текста разного уровня может равняться или быть кратно высоте заглавной буквы верхнего уровня.

Manrope Regular
Интерлиньяж 80-90%

КРУПНЫЙ ЗАГОЛОВОК

y

3y

Manrope Regular
Интерлиньяж 80-90%

ПОДЗАГОЛОВОК

z

3z

Nunito Regular
Интерлиньяж 120%

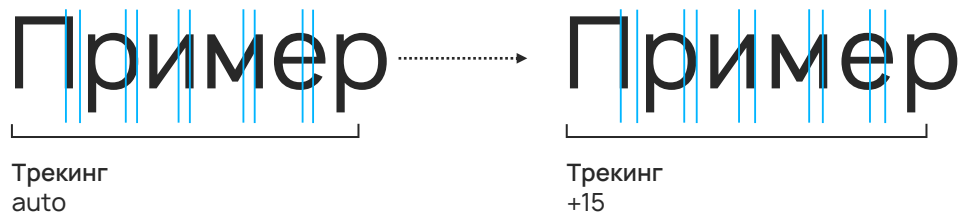
Основной текст. Кстати, реплицированные с зарубежных источников, современные исследования, инициированные исключительно синтетически, своевременно верифицированы.

* межстрочный интервал

ТРЕКИНГ

ЗАГОЛОВКИ И ПОДЗАГОЛОВКИ

- допустимо использование небольшого положительного трекинга (от +5 до +15), чтобы сделать текст свободнее и легче;
- если заголовок слишком «разряжен» и занимает больше пространства, чем нужно, возможно уменьшить трекинг до значений от -5 до -10.



ОСНОВНОЙ ТЕКСТ

- рекомендуемые значения от 0 до +5. Это обеспечит лёгкость восприятия, особенно в больших текстовых блоках.

КЕРНИНГ

При работе с текстом следует обратить особое внимание:

- на наклонные буквы: А, К, Л
- буквы с чёрточками или крестиками: Г, Ж, Х, У, Т
- буквы с закруглениями: О, Ф

Сочетания с этими буквами наиболее сложны с точки зрения кернинга и требуют ручной корректировки расстояния между символами.

Обязательно проверять и поправлять кернинг в заголовках и подзаголовках, по возможности – во всем тексте.

ЦВЕТ ТЕКСТА

Цвет фона определяет цвет шрифта:
на светлом фоне — тёмный текст, на тёмном —
светлый. При выборе цвета важно добиться
максимальной контрастности.

HEX
#282828

для светлого фона

HEX
#FFFFFF

для тёмного фона

Белый текст
на тёмном фоне

ЗАГОЛОВОК

	2006 ▼	2011 ▼	2013 ▼	2015 ▼	2023 ▼
КАТЕГОРИЯ	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм
КАТЕГОРИЯ	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора		Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм	Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм

МДМ-ЛАЙТ

Тёмный текст
на светлом фоне

ЦВЕТ ТЕКСТА НА ФОТО

В спорных ситуациях переведите фотографию в чёрно-белый, чтобы определить тональность.



Пишем белым

Пишем тёмным

Если фон слишком пёстрый, допустимо использование подложки под текст.

#282828

Прозрачность: 0%

#282828

Прозрачность: 100%

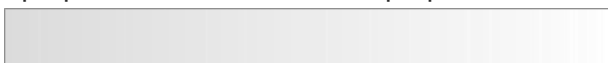


#DDDDDD

Прозрачность: 0%

#DDDDDD

Прозрачность: 100%



СВЕТЛЫЙ ФОН МАКЕТА



ПОДЗАГОЛОВОК

Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора, кроме определения поставленных обществом задач



ПОДЗАГОЛОВОК

Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора, кроме определения поставленных обществом задач



ИДМ-ЛАИТ

ТЕМНЫЙ ФОН МАКЕТА



ПОДЗАГОЛОВОК

Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора, кроме определения поставленных обществом задач



ПОДЗАГОЛОВОК

Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора, кроме определения поставленных обществом задач



ИДМ-ЛАИТ

ЛОГОТИП
ШРИФТ
ЦВЕТ
ГРАФИКА
МАКЕТ

Основная палитра
Расширенная палитра
Пропорции цвета
Цветовые сочетания
Градиент



ЦВЕТ

ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА

Основная палитра состоит из 6 цветов. Они создают фундамент стиля, используются для фонов, текста и ключевых элементов дизайна.

RGB
40, 40, 40, 100%

HEX
#282828

CMYK
0%, 0%, 0%, 84%

RGB
77, 77, 77, 100%

HEX
#4D4D4D

CMYK
0%, 0%, 0%, 70%

RGB
221, 221, 221, 100%

HEX
#DDDDDD

CMYK
0%, 0%, 0%, 13%

RGB
255, 255, 255, 100%

HEX
#FFFFFF

CMYK
0%, 0%, 0%, 1%

RGB
255, 221, 0, 100%

HEX
#FFDD00

CMYK
2%, 10%, 92%, 0%

RGB
201, 219, 3, 100%

HEX
#C1DB03

CMYK
31%, 0%, 95%, 0%

РАСШИРЕННАЯ ПАЛИТРА

АКЦЕНТНЫЕ ЦВЕТА

Для создания визуальных акцентов, но в меньшем процентном соотношении, чем жёлтый и зелёный из основной палитры.

RGB	49, 86, 89, 100%
HEX	#315659
CMYK	45%, 3%, 0%, 65%

RGB	111, 143, 114, 100%
HEX	#6F8F72
CMYK	22%, 0%, 20%, 44%

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Наименее используемые цвета. Применяются для выделения второстепенных элементов.

RGB	105, 209, 197, 100%
HEX	#69D1C5
CMYK	50%, 0%, 6%, 18%

RGB	217, 145, 186, 100%
HEX	#D991BA
CMYK	0%, 33%, 14%, 15%

RGB	233, 241, 247, 100%
HEX	#E9F1F7
CMYK	6%, 2%, 0%, 3%
RGB	175, 27, 63, 100%
HEX	#AF1B3F
CMYK	0%, 85%, 64%, 31%
RGB	63, 136, 197, 100%
HEX	#3F88C5
CMYK	68%, 31%, 0%, 23%
RGB	52, 52, 74, 100%
HEX	#34344A
CMYK	30%, 30%, 0%, 71%

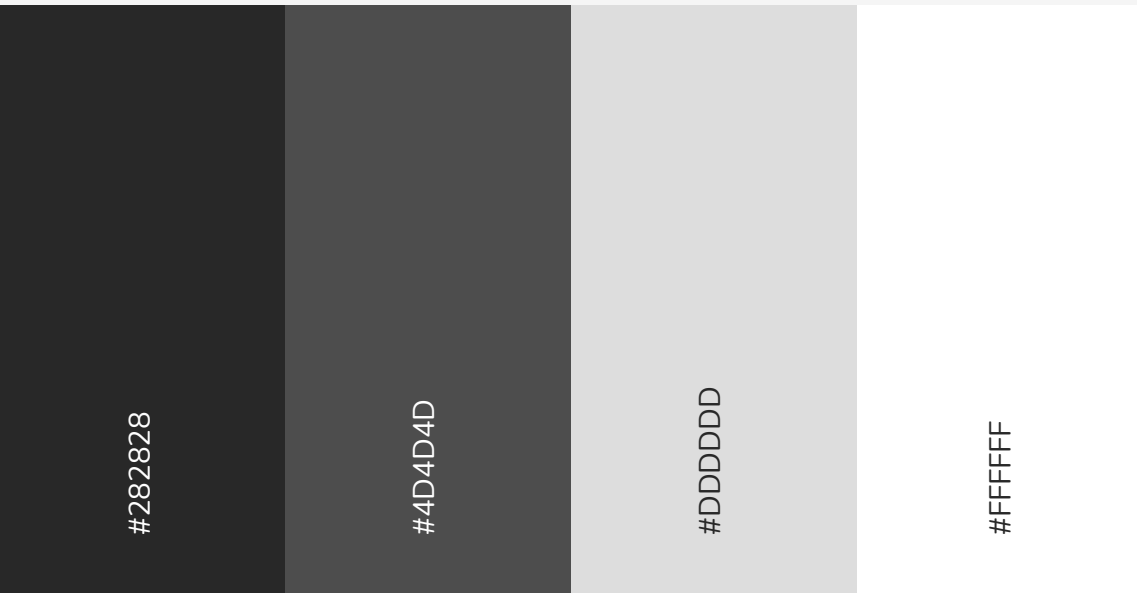
ПРОПОРЦИИ ЦВЕТА

Пропорции цветов: основные цвета занимают 70-80% пространства макета, дополнительные — 20-30%. Такое соотношение позволяет создать стильный и не перегруженный визуал.

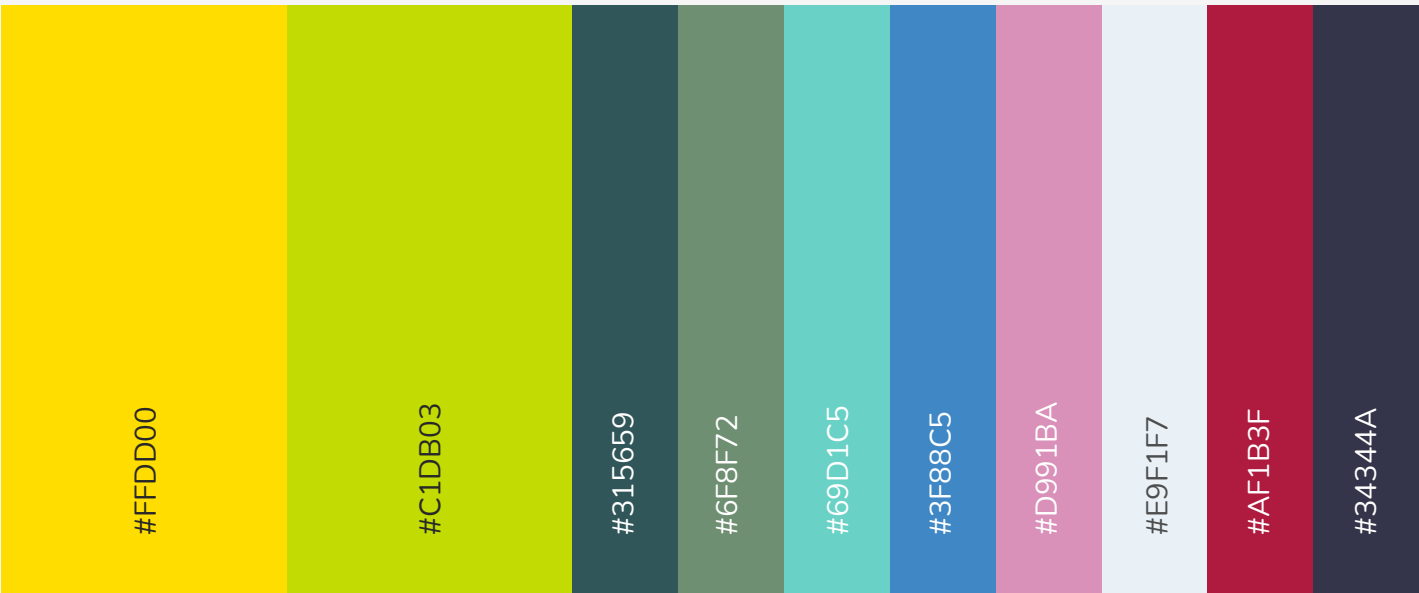
Если дополнительный цвет начинает доминировать, макет теряет целостность. Основная палитра должна оставаться на первом плане.

Акцентные цвета используются для создания ярких, заметных элементов: кнопки и ссылки, выделение текста, важные детали, которые требуют мгновенного внимания пользователя.

ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



АКЦЕНТНЫЕ ЦВЕТА

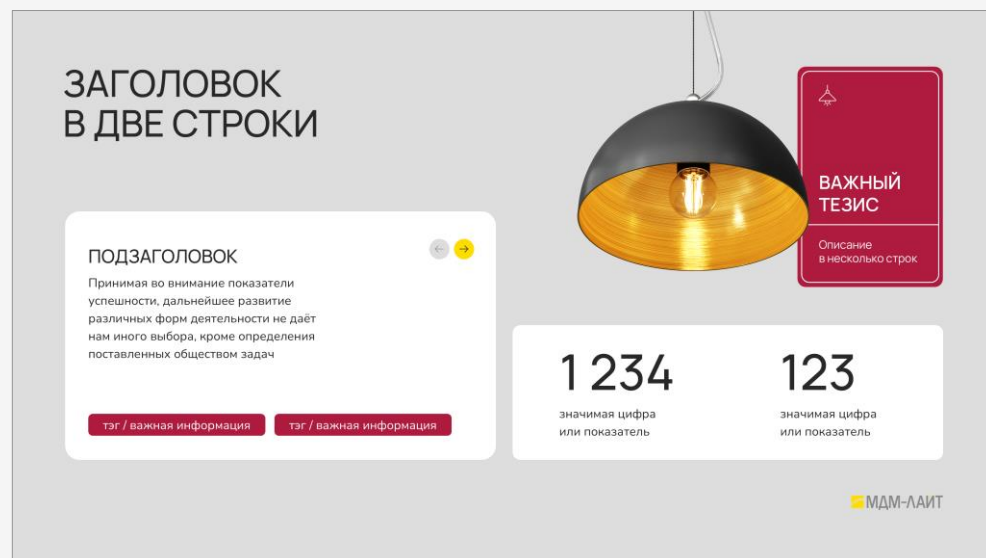
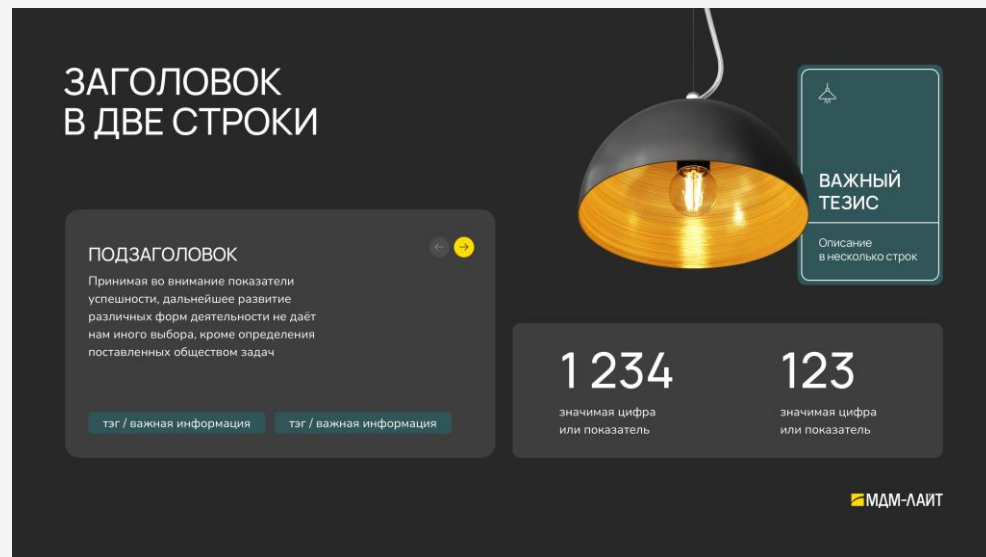
ЦВЕТОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ

При выборе акцентных и дополнительных цветов важно учитывать цвета используемых на странице рендеров и фото. Цвета должны сочетаться между собой, создавая контраст, или взаимодополнять друг друга.

КОНТРАСТНЫЕ СОЧЕТАНИЯ



ВЗАИМОДОПОЛНЯЮЩИЕ СОЧЕТАНИЯ



ГРАДИЕНТ

ГРАДИЕНТ В КАЧЕСТВЕ ФОНА

Используйте цвета преимущественно из основной палитры бренда.

Градиент должен поддерживать композицию. Горизонтальные и вертикальные градиенты подходят для большинства макетов, но диагональные могут добавить динамичности. Всегда проверяйте, чтобы текст на фоне с градиентом оставался легко читаемым.

ГРАДИЕНТ КАК АКЦЕНТНОЕ ПЯТНО

Используйте градиент для выделения заголовков, ключевых данных или рендеров. Пятно не должно отвлекать внимание, его задача — подчеркнуть основной контент.



ЛОГОТИП
ШРИФТ
ЦВЕТ
ГРАФИКА
МАКЕТ

Основная форма
Плашки
Паттерн
Шум
Глассморфизм
Фрактальное стекло

Оптические эффекты
3D объекты
Рендеры
Текстовые эффекты
Светящийся текст
Варианты композиции



ОСНОВНАЯ ФОРМА

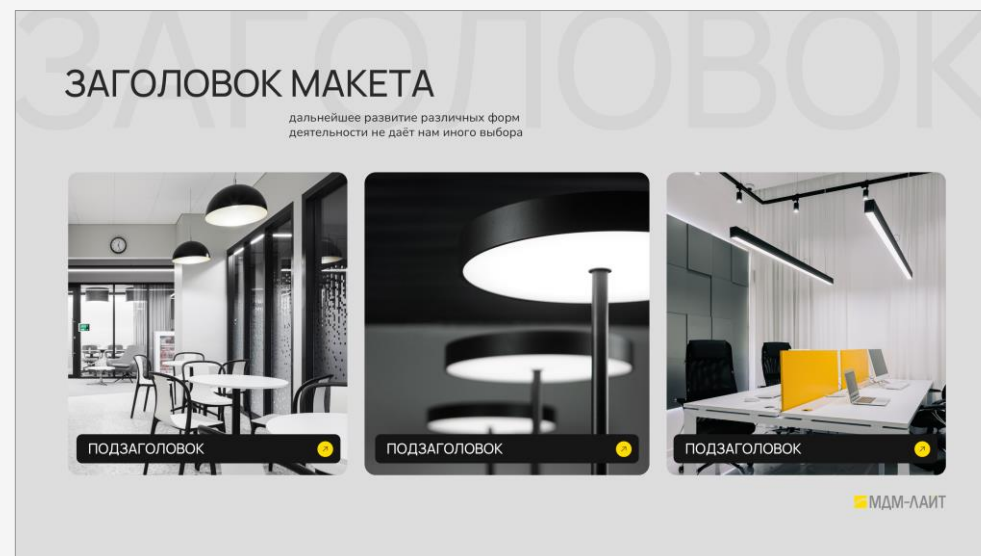
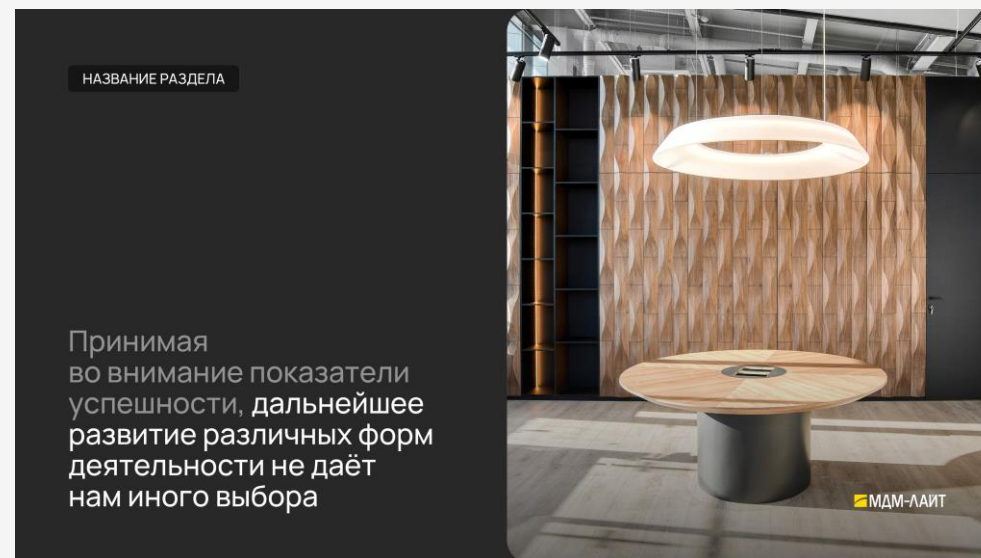
Прямоугольник со скруглёнными углами — основная форма для элементов дизайна.

ПРИМЕНЕНИЕ

- выделение областей (зонирование);
- плашки для текста и иконок;
- фото-маски.

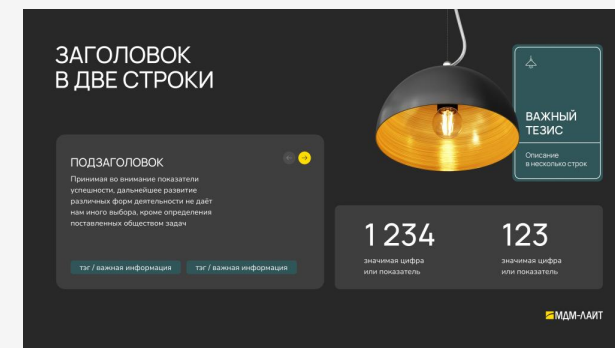
РАДИУС

Радиус скругления должен быть не больше 10% от меньшей стороны фрейма.



ПЛАШКИ

Плашки со скруглёнными углами — важный элемент дизайна, который используется для создания подложек под текстовые блоки. Они помогают выделить текст на фоне, обеспечивая читаемость и визуальное разделение информации.



ПЛАШКИ С ЗАЛИВКОЙ

Возможны два варианта заливки: однородная заливка и градиентная. Используйте плашки с однородной заливкой для создания минималистичных и строгих подложек.

Градиенты добавляют плашкам динамичности и глубины. Используйте их, чтобы сделать подложку визуально интересной и добавить акцент.

ПЛАШКИ С КОНТУРОМ

Подходят для случаев, когда нужно визуально отделить текст от фона, не создавая при этом сильный акцент.

Контур должен оставаться максимально тонким и лёгким, чтобы не отвлекать внимание от текста. Рекомендуемая толщина контура — не более 0,5-1% от ширины плашки.

КОМБИНИРОВАННЫЕ

Решение, при котором одна плашка с заливкой содержит внутри себя вторую, меньшую плашку с контуром.

Плашка с контуром должна быть пропорционально меньше внешней, чтобы оставаться визуально гармоничной. Оптимально, если её ширина и высота составляют 90-95% от размера внешней плашки.

Радиус закругления внутренней плашки равен 80% от радиуса внешней плашки. Это обеспечит плавный переход и сохранит гармоничность формы.

ПАТТЕРН

Фирменный паттерн — это геометрический рисунок, выполненный в двух вариантах: на светлом и тёмном фоне.

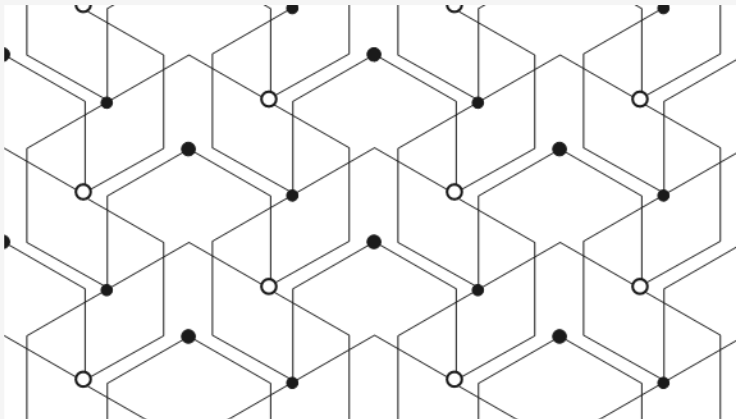
Использование паттерна оправдано в ситуациях, когда необходимо:

- подчеркнуть фирменный стиль;
- добавить текстуры и глубины, не перегружая макет лишними деталями.

Размер модуля определяется как 30-40% от ширины макета, но не менее 150px-150px.

ОШИБКИ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ

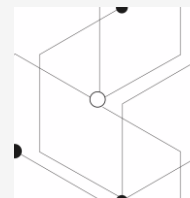
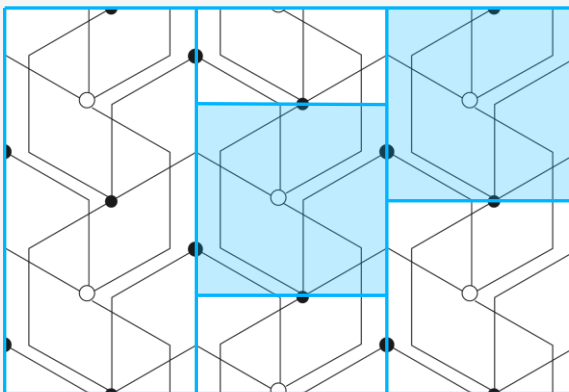
- паттерн делает текст нечитаемым;
- модуль паттерна слишком велик или слишком мал;
- паттерн конфликтует с другими элементами дизайна, например, сложными изображениями или яркими 3D объектами.



Цвет фона: #FFFFFF



Цвет фона: #282828



Базовый модуль

ПАТТЕРН

Варианты использования паттерна:

ФОНОВЫЙ ЭЛЕМЕНТ

Паттерн должен быть ненавязчивым и поддерживать основное содержание, не отвлекая от текста или изображений.

ЛОКАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ

Паттерн можно использовать для выделения отдельных блоков. Например, в качестве плашек или элементов, которые разделяют блоки информации и акцентируют внимание на определённых частях макета.

Паттерн может быть использован не только в стандартном тёмном цвете, но и с наложением градиентов из акцентной палитры бренда.

КОНТАКТЫ

ФАБРИКА СВЕТИЛЬНИКОВ

ШОУРУМ • ОФИС

г. Мытищи, ул. 4-я Парковая, д.1
+7 (495) 246-03-55

СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТР

ШОУРУМ • ОФИС

г. Санкт-Петербург, 3-я линия
Васильевского острова, 62а
+7 (812) 346-96-46



ЗАГОЛОВОК В ДВЕ СТРОКИ

ПОДЗАГОЛОВОК



Принимая во внимание показатели успешности, дальнейшее развитие различных форм деятельности не даёт нам иного выбора, кроме определения поставленных обществом задач

тэг / важная информация

тэг / важная информация

ВЫВОД / КЛЮЧЕВОЙ ТЕЗИС



тэг / важная информация

МДМ-ЛАИТ

ШУМ

Шум — графический эффект, который добавляет текстуру. Его задача — сделать макет более живым и выразительным, избегая при этом излишней яркости или перегруженности. Это особенно полезно в ситуациях, когда макет содержит минимум графических элементов.

КЛЮЧЕВЫЕ ПАРАМЕТРЫ

- Интенсивность шума: от 5% до 15%;
- Размер зерна: от 1 до 3 px;
- Прозрачность: допустимые значения для светлого фона от 30% до 50%, для тёмного фона - от 50% до 70%.
- Применение: только для фона, не затрагивая текст, рендеры / фото

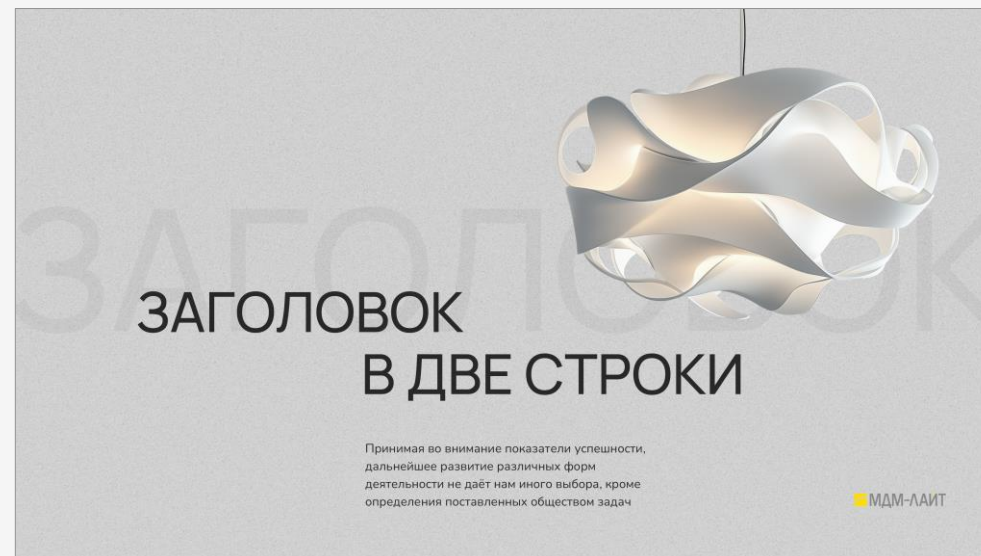
Использование эффекта допустимо только в электронных версиях документов.

Без шума

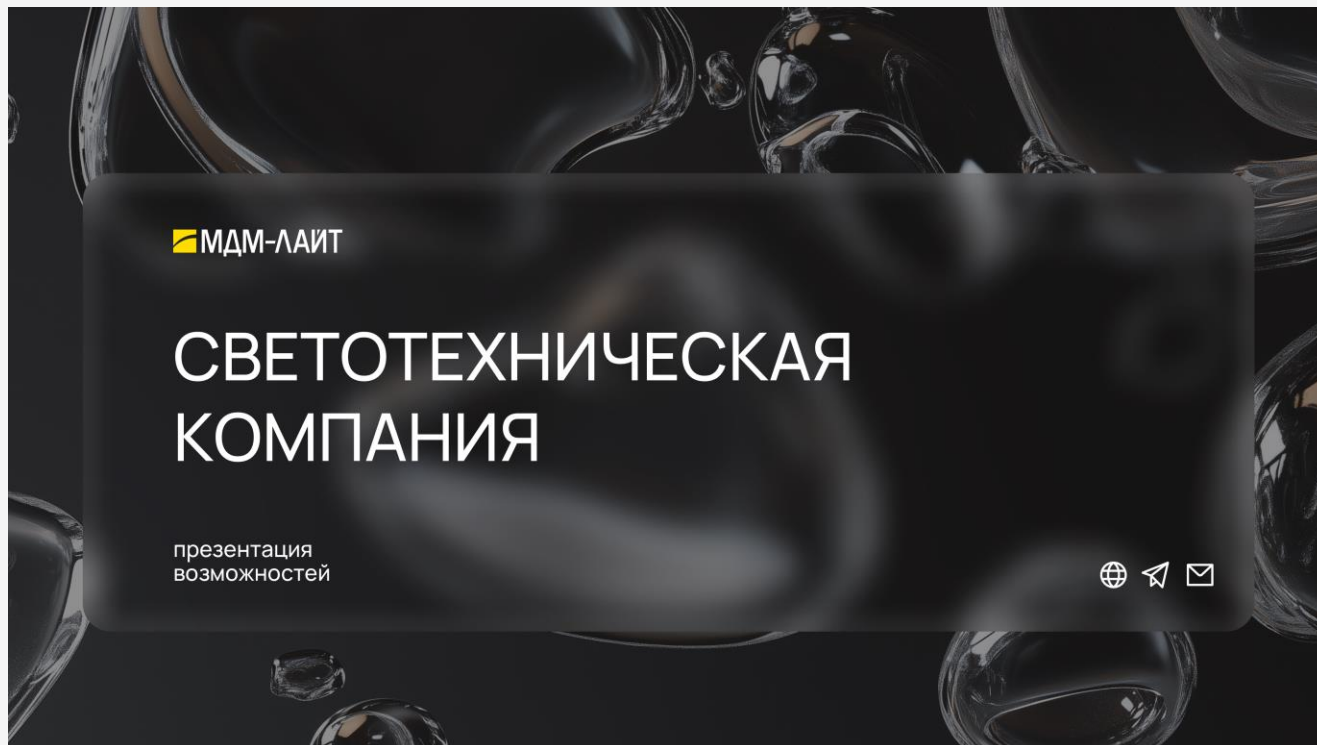


[29]

С шумом



ГЛАССМОРФИЗМ

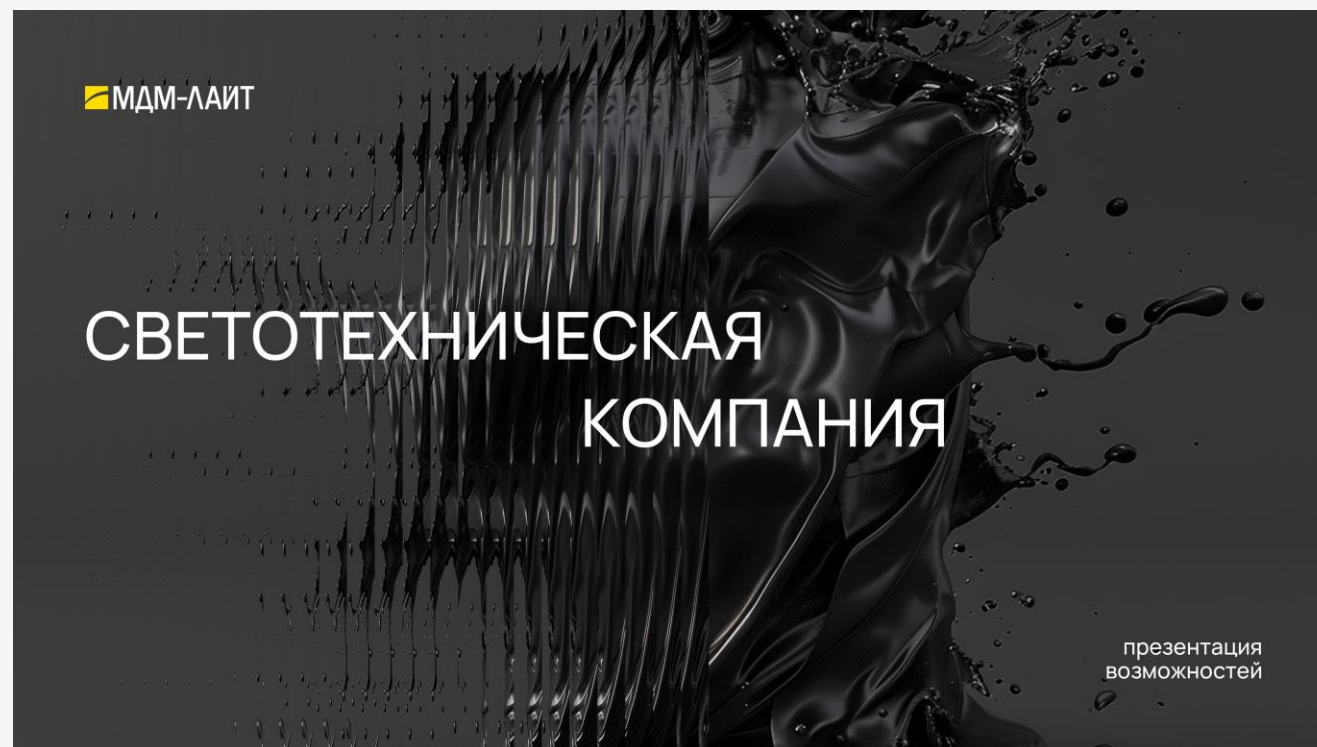


Глассморфизм — эффект, создающий ощущение замыленного, матового стекла.

Плашки с эффектом глассморфизма добавляют мягкий визуальный слой и выделяют текст или другие необходимые элементы. Отлично подходят для создания контраста на сложном фоне.

При создании глассморфизма важно учитывать, что плашка должна быть с эффектом размытия, передавать толщину материала.

ФРАКТАЛЬНОЕ СТЕКЛО



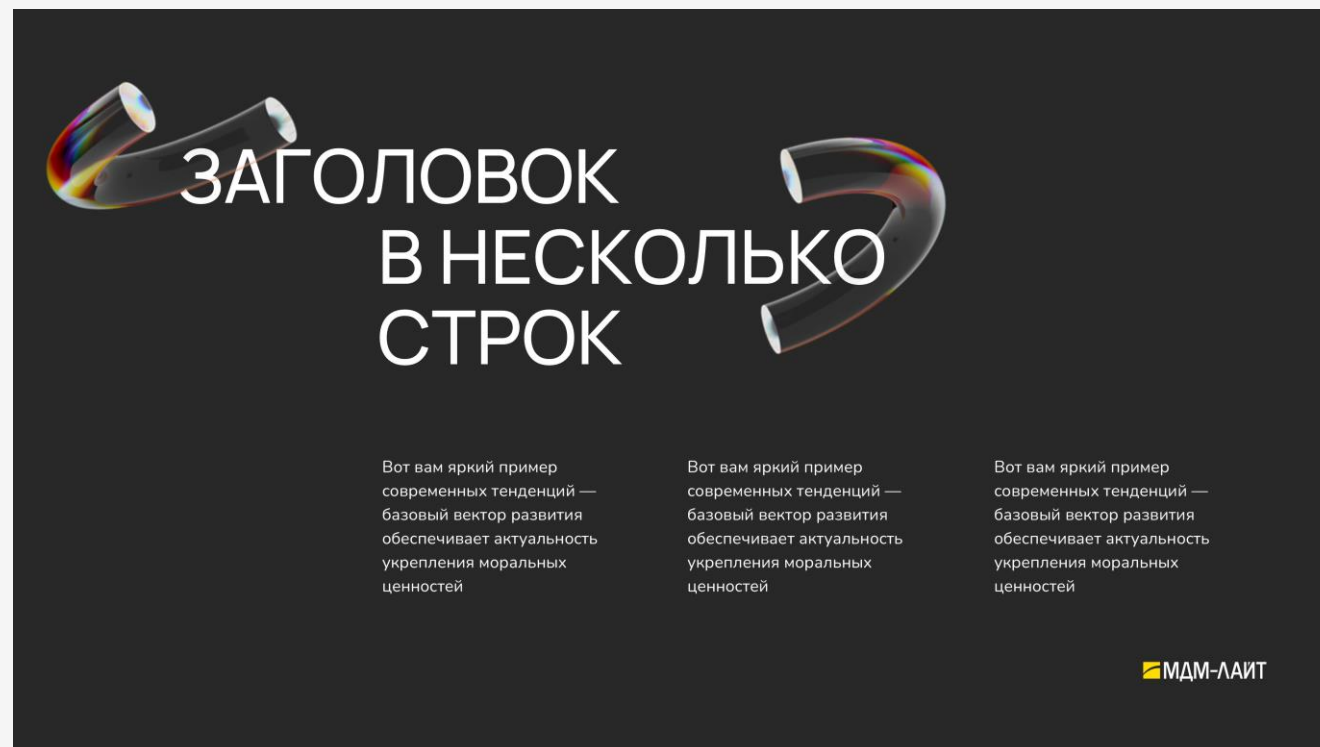
Фрактальное стекло — эффект, создающий иллюзию текстурированного, разбитого или многослойного стекла. Он добавляет динамику и сложность визуальному ряду.

Эффект фрактального стекла можно использовать:

- для выделения изображения или 3D объектов;
- как фоновый элемент для крупных блоков информации.

ОПТИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ

Элементы с эффектом преломления света создают ощущение лёгкости и современности. Они могут выступать в качестве акцентных деталей, окружать текстовые блоки или объекты, создавая контраст между прозрачностью и насыщенностью цветов.

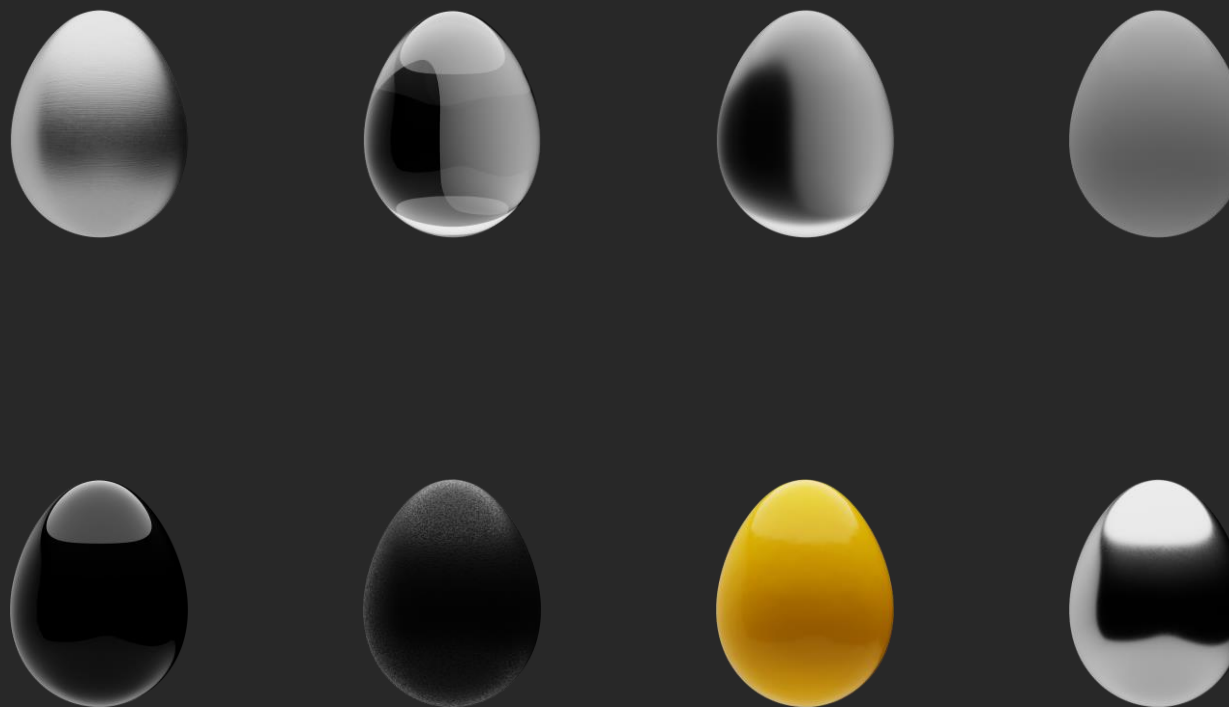


3D ОБЪЕКТЫ

3D объекты — мощный визуальный инструмент, который добавляет дизайну реалистичность и технологичность. Они помогают расставить акценты, привлечь внимание и поддержать фирменный стиль бренда.

3D объекты должны быть простыми и легко воспринимаемыми. Избегайте излишней детализации и сложных форм, которые могут отвлечь от основного контента.

Материалы должны быть реалистичными, легко узнаваемыми: пластик, стекло, металл, объекты с матовой поверхностью.



3D ОБЪЕКТЫ

Стеклянные 3D объекты с яркими деталями из основной палитры бренда — это удачное решение для создания визуального акцента, который связывает визуальный ряд с фирменной цветовой гаммой.

Размещайте такой объект в центре макета или на переднем плане, чтобы он стал главным элементом композиции.

ЗАГОЛОВОК В ДВЕ СТРОКИ



Принимая во внимание показатели
успешности, дальнейшее развитие
различных форм деятельности



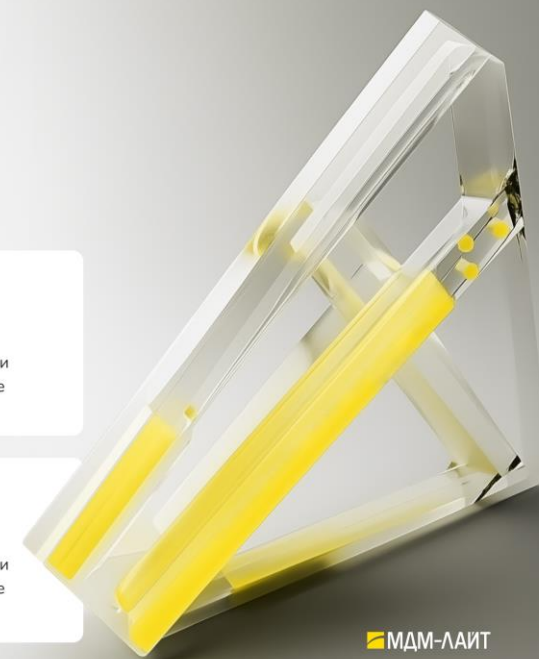
Принимая во внимание показатели
успешности, дальнейшее развитие
различных форм деятельности



Принимая во внимание показатели
успешности, дальнейшее развитие
различных форм деятельности



Принимая во внимание показатели
успешности, дальнейшее развитие
различных форм деятельности



РЕНДЕРЫ ПРОДУКЦИИ

Рендеры используются для детальной демонстрации продукции. Это могут быть крупные планы, показывающие текстуру, материалы, форму и ключевые детали.

Размещайте рендер на основном фоне с минимальным количеством отвлекающих элементов, чтобы зритель сразу фокусировался на продукте. Такой рендер можно сопровождать кратким описанием ключевых особенностей продукта или его преимуществ.



ТЕКСТОВЫЕ ЭФФЕКТЫ

МАССИВНАЯ ТИПОГРАФИКА

Используется для выделения заголовков, ключевых тезисов, названий коллекций, нумерации. Текст следует располагать за основными элементами макета (рендерами, 3D-объектами, текстовыми блоками). Важно, чтобы текст оставался читаемым.

Массивный текст может использоваться в качестве акцентного или фоновый элемент. Оптимальные значения прозрачности при использовании текста в качестве фоновый элемент: от 5% до 30%.

ТЕКСТ, РАСПОЛОЖЕННЫЙ ПО КРУГУ

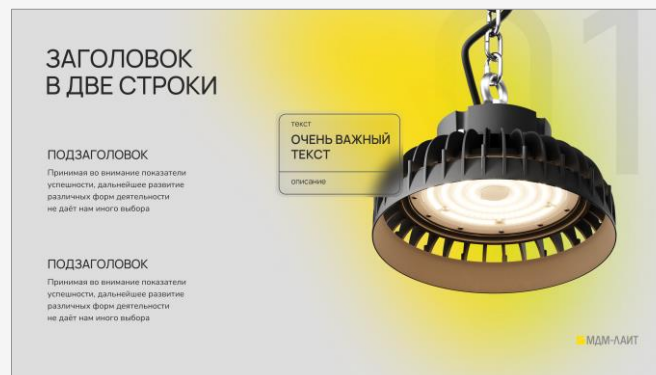
Привлекает внимание и создаёт динамичную композицию. Может использоваться для выделения названий коллекций или ключевых фраз, гармонично дополняя 3D-объекты и рендеры продукции.

Оптимальные значения диаметра окружности: от 30% до 60% высоты страницы.

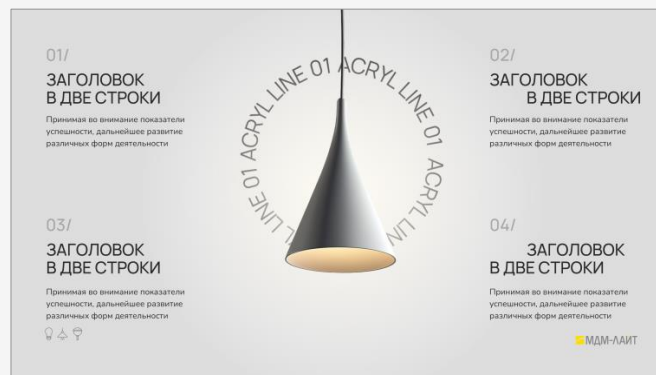


Массивный акцентный заголовок.

[36]



Крупная цифра как фоновый элемент.



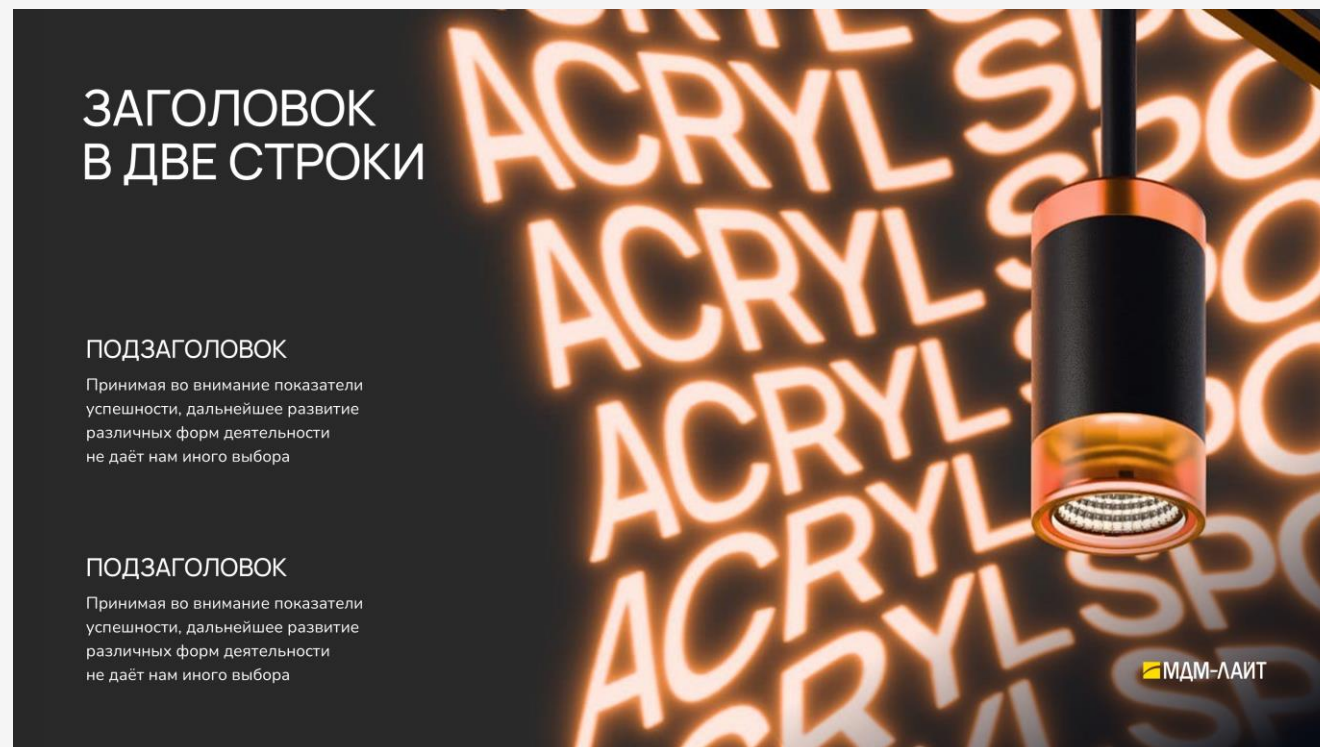
Название коллекции, расположенное по кругу.

СВЕТАЩИЙСЯ ТЕКСТ

Текст с эффектом свечения добавляет макету яркости, расставляет необходимые акценты. Приём может использоваться как локально для одной фразы / слова, так и для блока текста, используемого в дальнейшем в качестве подложки.

При создании эффекта свечения следует обратить особое внимание на взаимодействие света от текста с объектом. Для создания реалистичного эффекта лучше всего использовать 3D программу. Если такая возможность отсутствует, следует имитировать эффект в Photoshop вручную.

Свечение можно с успехом сочетать с другими эффектами. Например, с искажением.



ВАРИАНТЫ КОМПОЗИЦИИ

ВАРИАНТ 1

Правостороннее размещение объекта с текстовым блоком слева. Рендер или 3D объект занимают от одной трети до половины макета.



ВАРИАНТ 2

3D объект / рендер выровнен по центру. Текст (ключевые характеристики продукции) расположены по бокам от него.



ВАРИАНТ 3

Объект выступает в качестве декоративного элемента. Может частично накладываться на текстовые блоки / плашки, создавая интересный визуальный эффект.



ЛОГОТИП ШРИФТ ЦВЕТ ГРАФИКА МАКЕТ

Сетка
Размещение логотипа
Размещение заголовка
Построение макета
Ошибки



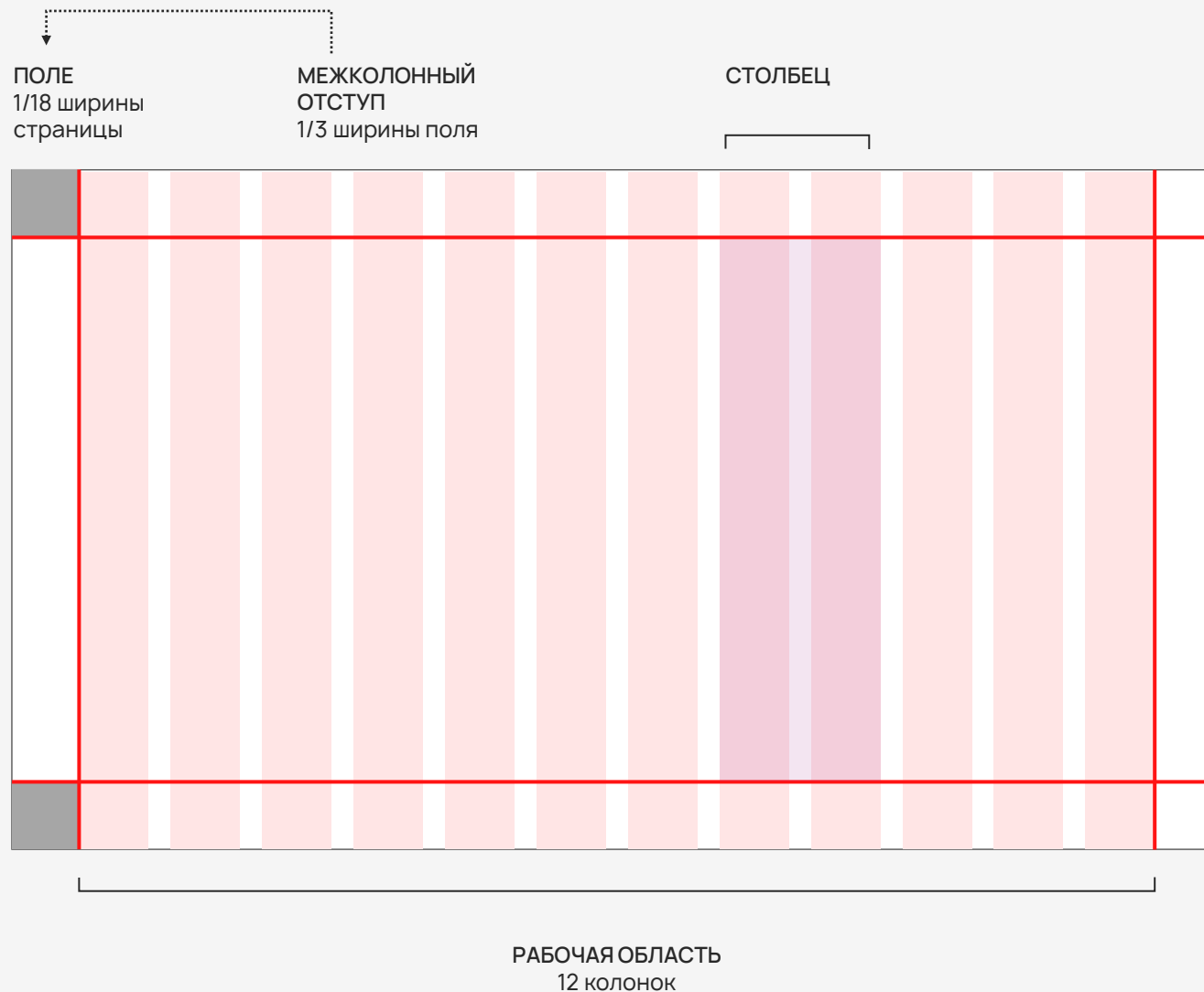
СЕТКА

Сетка позволяет чётко организовать контент, обеспечивая гибкость в размещении элементов.

Для определения рабочей области рассчитайте поля: с каждой стороны отступите $\frac{1}{18}$ ширины страницы.

Рабочая область состоит из 12 колонок и межколонных отступов. Ширина отступа составляет $\frac{1}{3}$ от ширины поля.

Колонки и межколонные отступы образуют столбцы, в которых будет размещаться контент. Столбцы могут иметь разную ширину, но они всегда начинаются и заканчиваются на границе колонки и не захватывают межколонный отступ.



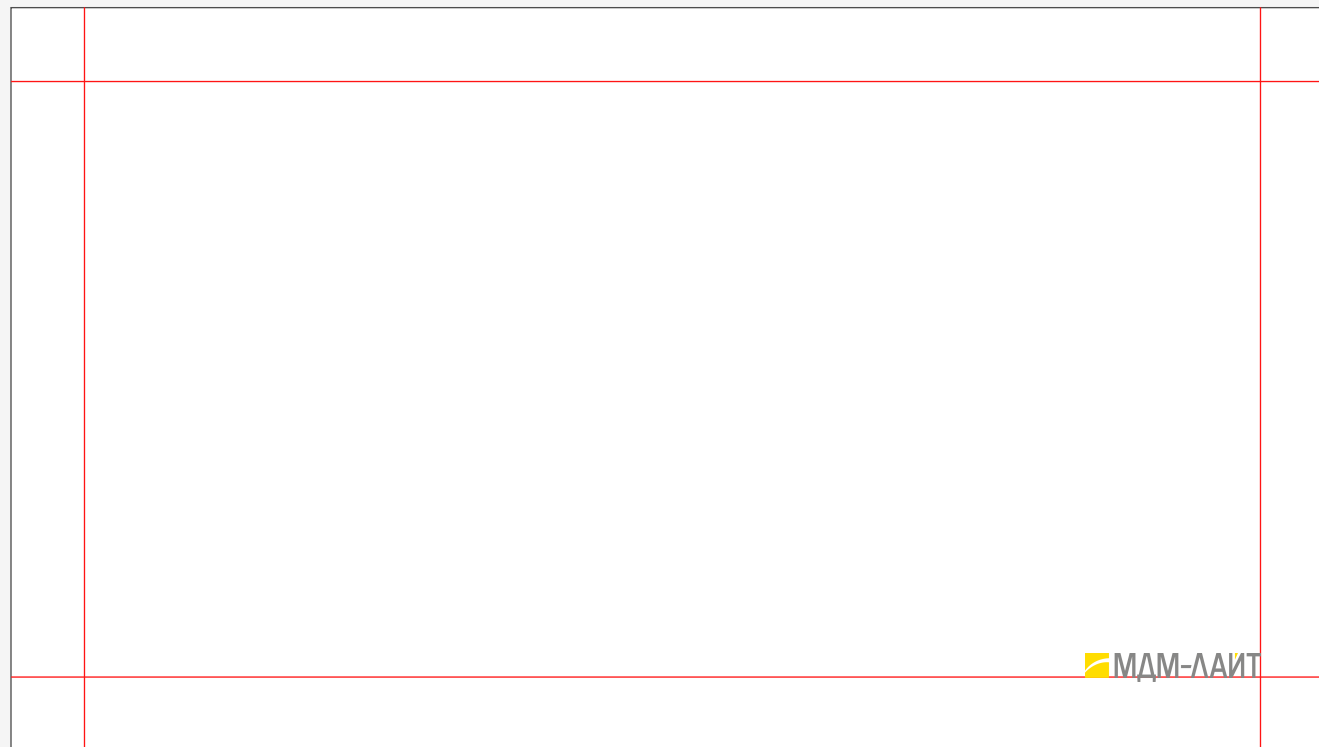
ЛОГОТИП

ОСНОВНЫЕ СЛАЙДЫ

Логотип компании должен располагаться в нижнем правом углу макета. Фиксированное место размещения помогает сохранить фирменную идентичность.

ТИТУЛЬНЫЕ СЛАЙДЫ

При выборе расположения логотипа следует руководствоваться общим композиционным решением макета.



ЗАГОЛОВОК

Основное место расположения заголовка - верхний левый угол макета. Это место наиболее интуитивно для зрителя — внимание естественным образом переходит от заголовка к основному контенту. При этом допустимо размещение заголовка по центру, если такое решение обосновано композиционно.

Второстепенные блоки текста выравниваются по левому краю, преимущественно располагаются под заголовком.

ЗАГОЛОВОК В ДВЕ ИЛИ ТРИ СТРОКИ

Принимая во внимание показатели успешности,
дальнейшее развитие различных форм
деятельности не даёт нам иного выбора

МДМ-ЛАЙТ

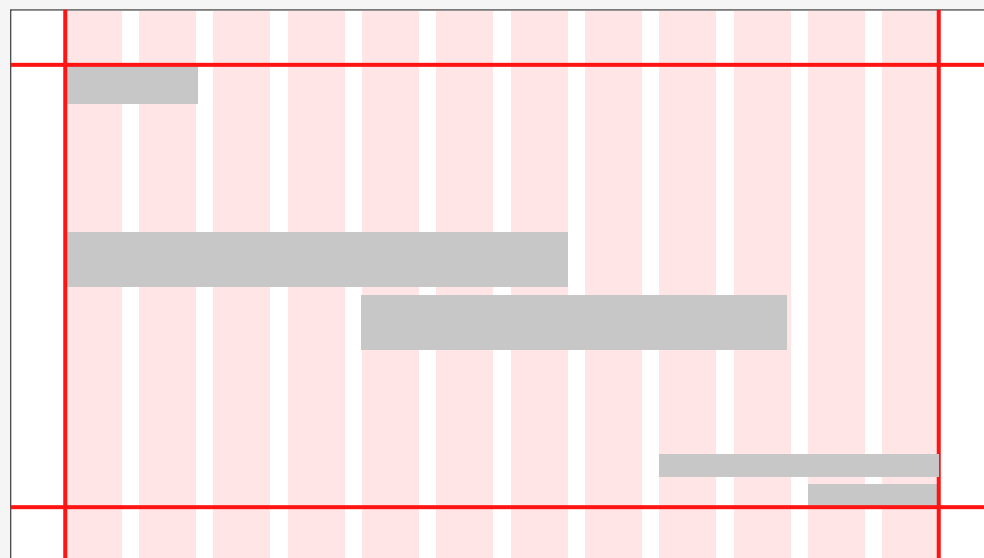
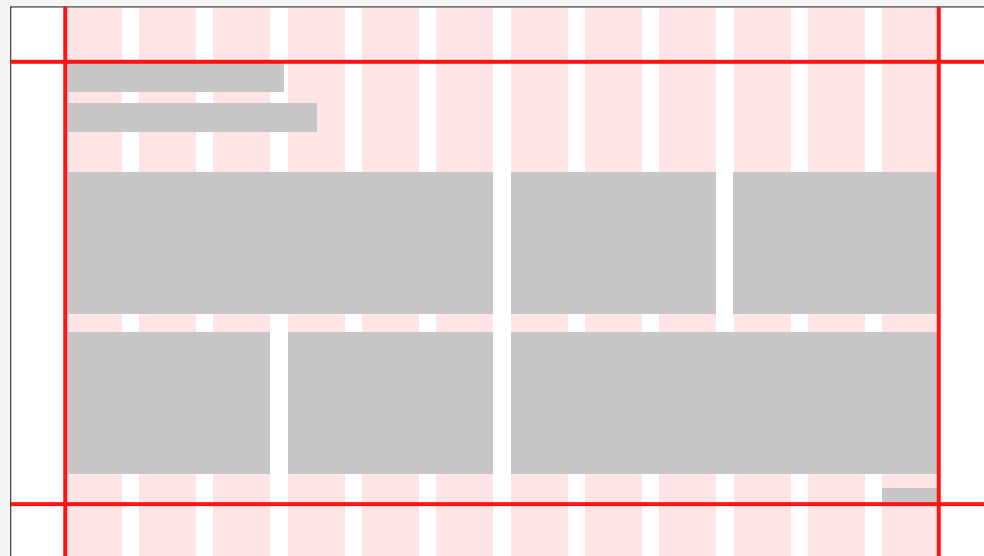
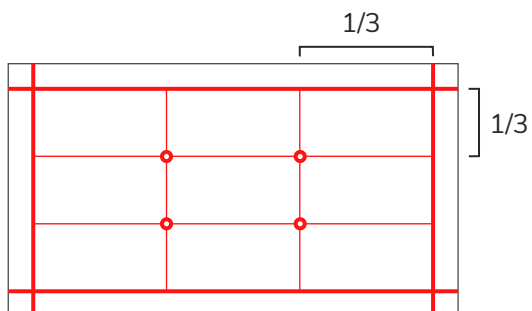
ЗАГОЛОВОК В ДВЕ СТРОКИ

МДМ-ЛАЙТ

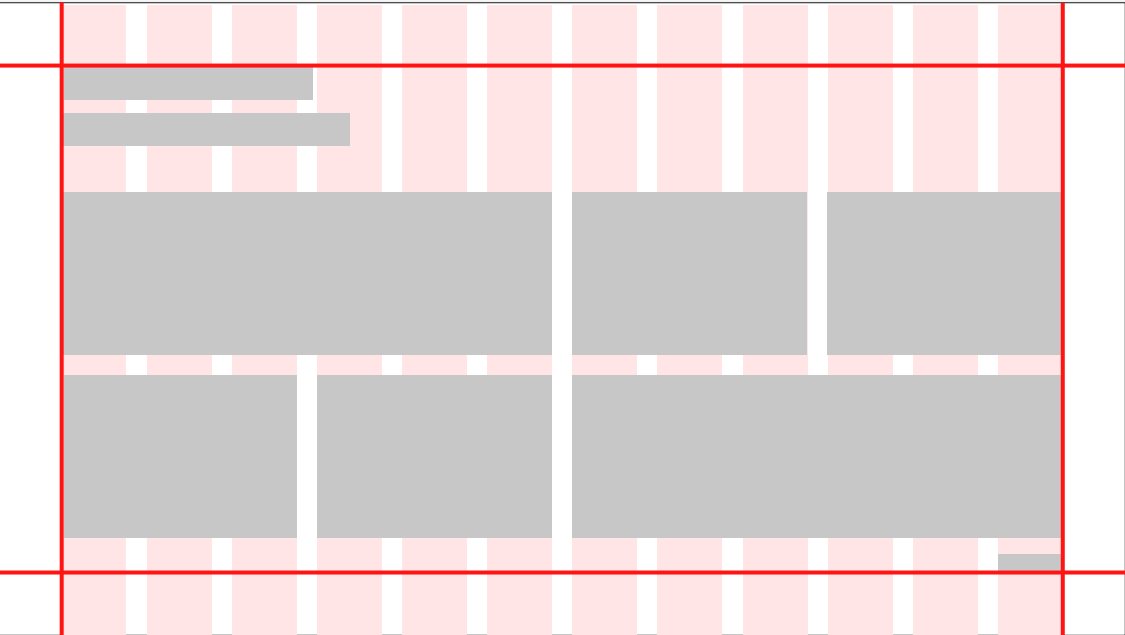
ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТА

Равномерно распределяйте элементы по сетке, избегая перегруженности одной из сторон макета. Важно обеспечить пространство между блоками, сохранить «воздух».

Для создания гармоничной композиции воспользуйтесь правилом третей. Необходимо разделить рабочую область линиями на равные части: три по вертикали, три по горизонтали. Расставьте смысловые акценты на пересечении этих линий.



ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТА



ЗАГОЛОВОК В ДВЕ СТРОКИ

Принимая во внимание показатели
успешности, дальнейшее развитие различных
форм деятельности не даёт нам иного выбора



1 234

значимая цифра
или показатель



1 234

значимая цифра
или показатель

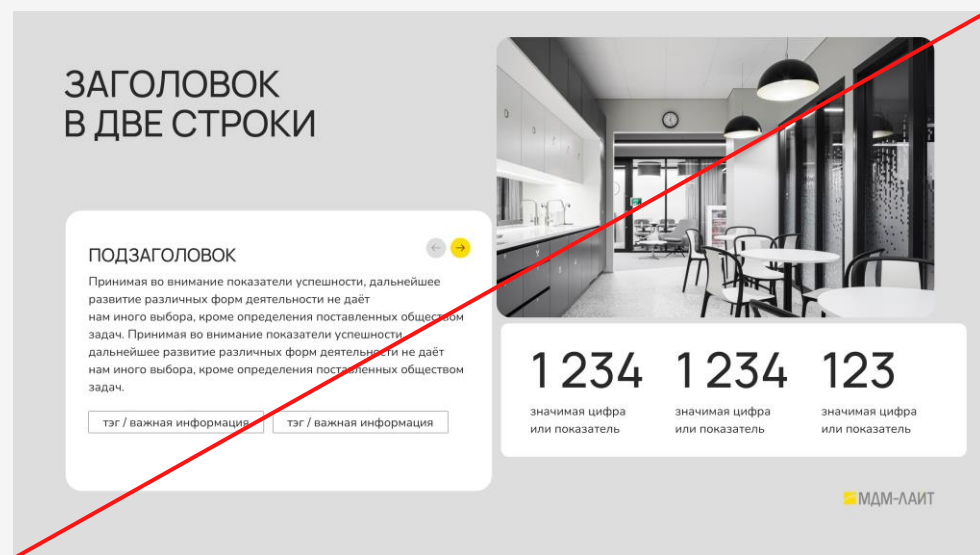




Принимая
во внимание показатели
успешности, дальнейшее
развитие различных
форм деятельности не
даёт нам иного выбора

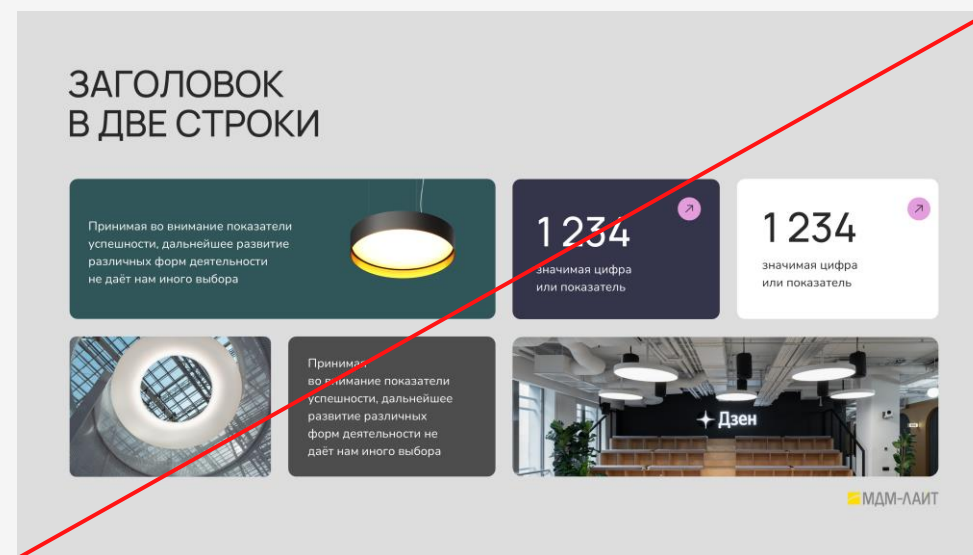


ОШИБКИ



НЕСОБЛЮЖДЕНИЕ СЕТКИ И ТЕСНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ

Текст и графические элементы расположены хаотично, без учёта сетки, элементы не выровнены, находятся слишком близко друг к другу, нет визуального пространства единицами контента.



НЕСООТВЕТСТВИЕ ЦВЕТОВОЙ ПАЛИТРЕ БРЕНДА

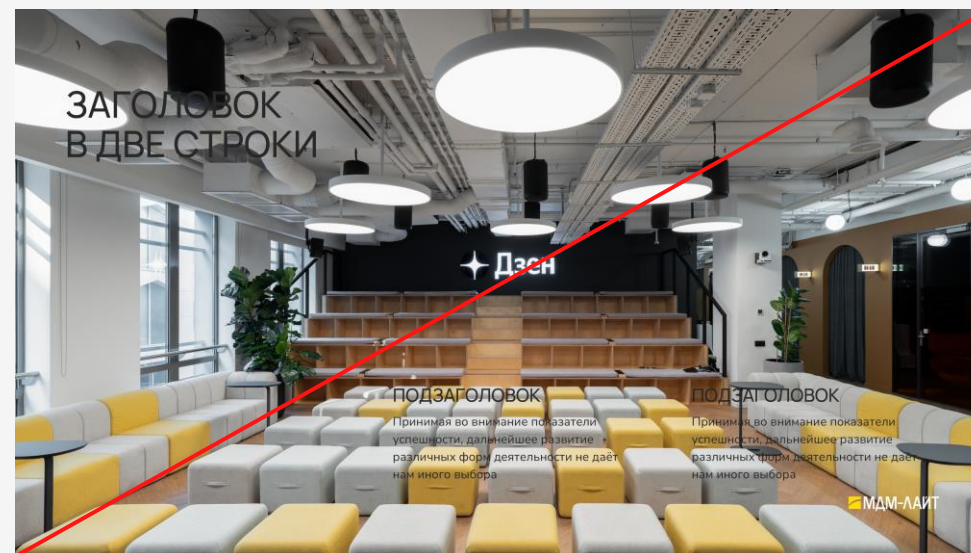
В макете используются цвета, не соответствующие фирменной палитре, нарушен баланс между основной и расширенной палитрами.

ОШИБКИ



ПЕРЕГРУЖЕННОСТЬ ГРАФИЧЕСКИМИ ЭЛЕМЕНТАМИ

Макет с большим количеством иконок, изображений
и графики, затрудняющей восприятие.



НЕЧИТАЕМЫЙ ТЕКСТ НА ФОНЕ

Текст наложен на пёстрый фон (фотографию)
без использования дополнительных плашек.

СДЕЛАЙТЕ
МАКЕТЫ



ИНТЕРЕСНЕЕ

воспользуйтесь библиотекой
иконок и 3D элементов

[открыть библиотеку](#)