INTERNATIONAL UNIVERSITY
SINCE 2009

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

Международный университет информационных технологий

Алматы, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

01. О бренде

История университета

Миссия, видение и ценности

Позиционирование, Tone of Voice и ключевые сообщения (Brand Messages)

02. Логотип

Основной логотип

Горизонтальная версия

Охранное поле

Минимальный размер

Недопустимое использование

03. Цветовая палитра

Основная палитра

Градиенты

04. Типографика

Шрифт заголовков

Шрифт основного текста

Правила набора

05. Графические элементы

Основа построения и базовый модуль

Фирменные элементы

Фирменный паттерн

Принципы композиции

06. Фотостиль

Основные принципы

07. Деловая документация

Фирменный бланк

Визитная карточка

Сертификат

Благодарственное письмо

08. Презентации

Титульный слайд

Контентный слайд

09. Социальные сети

Посты

Stories

10. Навигация

Таблички

Указатели

11. Примеры использования

Полиграфия

Наружная реклама

Press Wall и Roll-up

Мерч

О БРЕНДЕ

01

История университета

Миссия, видение и ценности

Позиционирование, Tone of Voice
и ключевые сообщения (Brand Messages)

О БРЕНДЕ

International Information Technology University (IITU) был основан в 2009 году как первый профильный университет Казахстана, ориентированный на подготовку специалистов в области информационных технологий.

С момента основания университет развивает международное сотрудничество с ведущими образовательными и технологическими организациями, внедряет современные образовательные программы и участвует в формировании цифровой экономики страны.

Сегодня IITU является одним из ведущих IT-университетов Центральной Азии, объединяя образование, научные исследования и инновации.



История университета

Миссия, видение и ценности

Позиционирование, Tone of Voice
и ключевые сообщения (Brand Messages)

О БРЕНДЕ

МИССИЯ

Формирование компетенций в области цифровой экономики и цифрового общества. Университет готовит специалистов, способных создавать технологии, управлять цифровыми изменениями и развивать инновации в интересах общества и экономики.

ВИДЕНИЕ

Стать ведущим образовательным, научным и инновационным центром Центральной Азии в области информационно-коммуникационных технологий.

ЦЕННОСТИ

Академическая честность
Лидерство и стремление к совершенству
Инновационность
Ориентация на результат
Устойчивое развитие
Сотрудничество

История университета

Миссия, видение и ценности

Позиционирование, Tone of Voice
и ключевые сообщения (Brand Messages)

О БРЕНДЕ

История университета

Миссия, видение и ценности

Позиционирование, Tone of Voice и ключевые сообщения (Brand Messages)

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

IITU — международный технологический университет, формирующий новое поколение специалистов в области цифровых технологий и инноваций.

TONE OF VOICE

Tone of Voice определяет стиль коммуникации IITU и помогает поддерживать единый образ университета во всех каналах взаимодействия.

- Коммуникация строится на экспертности, достоверности и уважении к аудитории. Мы говорим уверенно, точно и по существу.
- Мы используем современный язык, отражающий технологичность, прогресс и открытость новым идеям.
- Мы говорим уверенно, опираясь на реальные достижения, избегая преувеличений и громких заявлений.

КЛЮЧЕВЫЕ СООБЩЕНИЯ (BRAND MESSAGES)

Brand Messages — это не слоганы и не миссия. Это главные идеи, которые бренд должен регулярно доносить до своей аудитории.

- Innovation Through Education. Мы готовим специалистов, способных создавать технологии и решения, меняющие будущее.
- International Perspective. Открываем студентам возможности для международного сотрудничества и академической мобильности.
- Industry-Oriented Learning. Образование ориентировано на реальные потребности индустрии.

ЛОГОТИП

02

Основной логотип

Горизонтальная версия

Охранное поле

Минимальный размер

Недопустимое использование

ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП











ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ





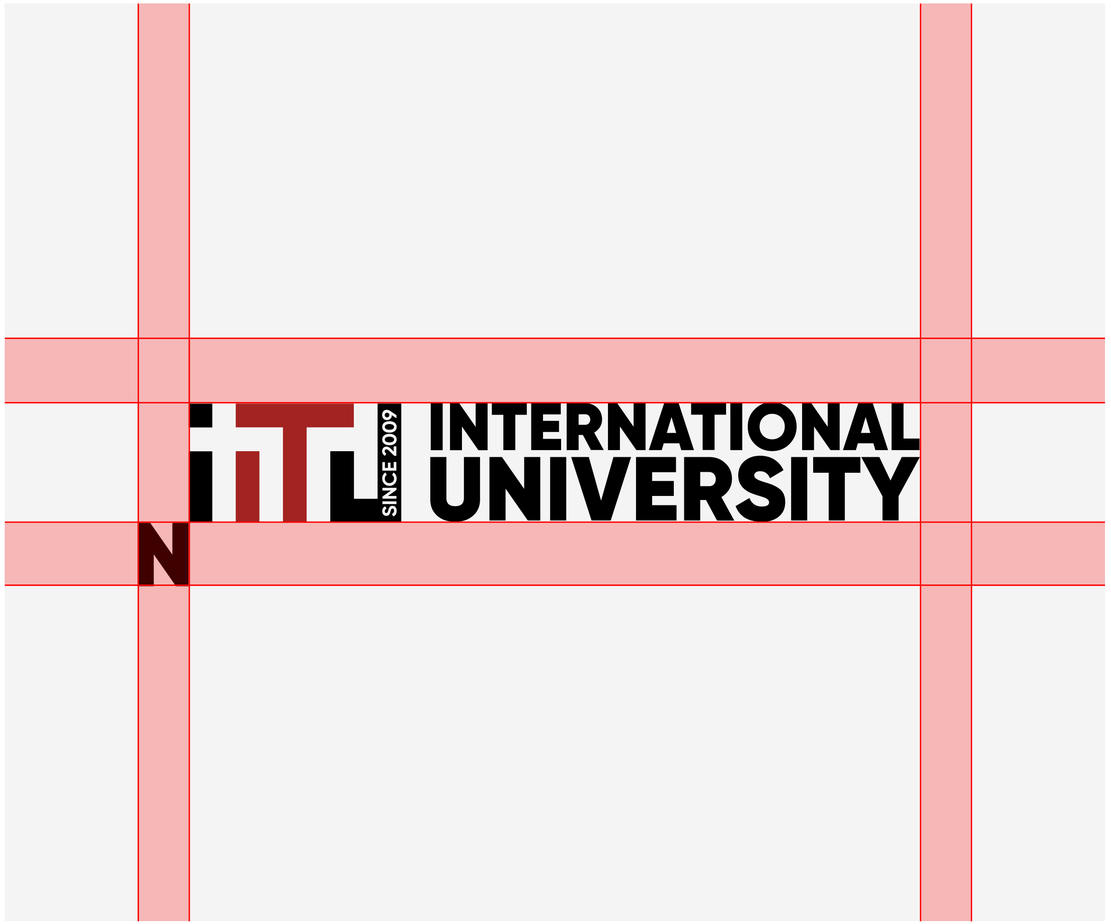






ОХРАННОЕ ПОЛЕ





МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

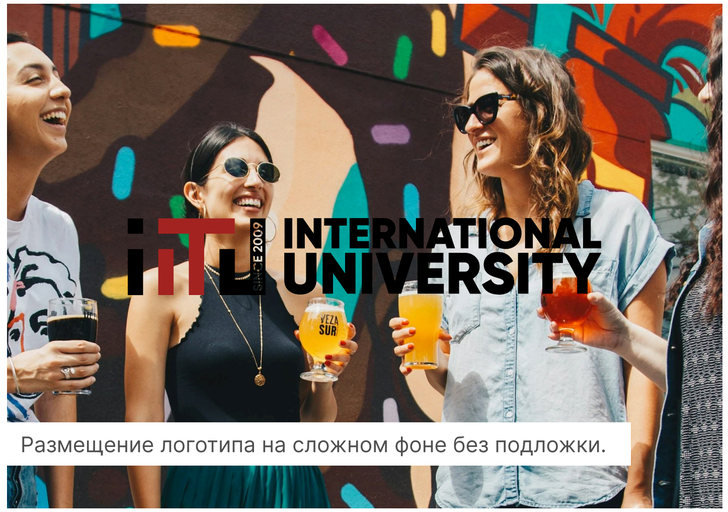


Печать: минимальная ширина — 25 мм
Digital: минимальная ширина — 120 px



Печать: минимальная ширина — 40 мм
Digital: минимальная ширина — 180 px

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ



Размещение логотипа на сложном фоне без подложки.

Растягивание, изменение пропорций.

Перекрашивание логотипа или его частей.

Применение обводки.

Использование отдельных элементов логотипа.

Применение спецэффектов, теней и т.д.

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

03

Основная палитра

Градиенты

ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА

Цветовая палитра IITU построена на сочетании контрастных нейтральных оттенков и фирменного красного цвета.

Белый и чёрный формируют основу визуальной системы, обеспечивая высокую читаемость и лаконичность, а красный используется в качестве ключевого акцента, подчёркивая технологичность, динамику и узнаваемость бренда.

Дополнительные оттенки серого применяются для создания визуальной иерархии и поддержки информационных материалов.

WHITE

HEX: #FFFFFF
RGB: 255, 255, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0
PANTONE: White

RED

HEX: ##A42421
RGB: 164, 36, 33
CMYK: 0, 78, 80, 36
PANTONE: 7622 C

BLACK

HEX: ##242424
RGB: 36, 36, 36
CMYK: 0, 0, 0, 86
PANTONE: Black C

LIGHT GREY

HEX: ##F5F5F5
RGB: 245, 245, 245
CMYK: 0, 0, 0, 4
PANTONE: Cool Gray 1 C

GREY

HEX: ##BABABA
RGB: 186, 186, 186
CMYK: 0, 0, 0, 27
PANTONE: Cool Gray 4 C

DARK GREY

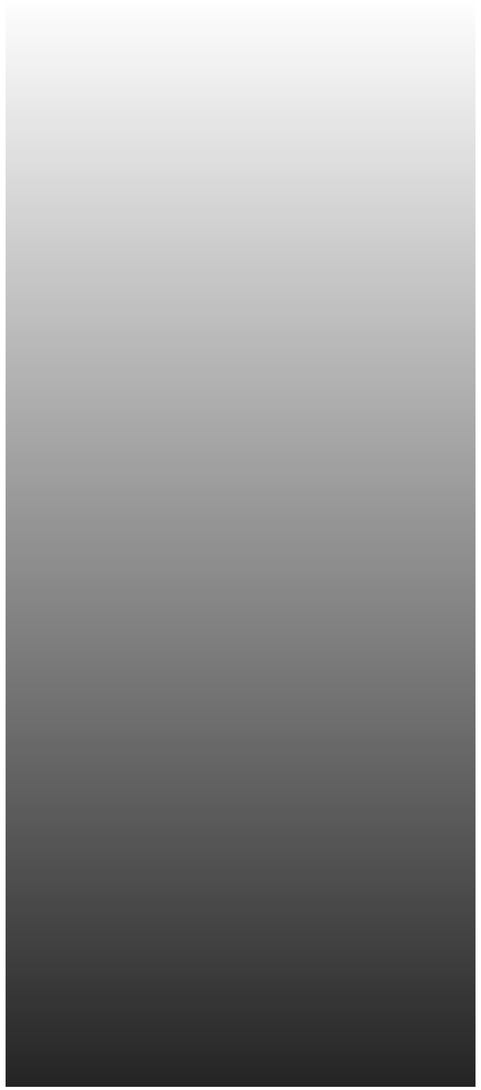
HEX: ##595959
RGB: 89, 89, 89
CMYK: 0, 0, 0, 65
PANTONE: Cool Gray 11 C

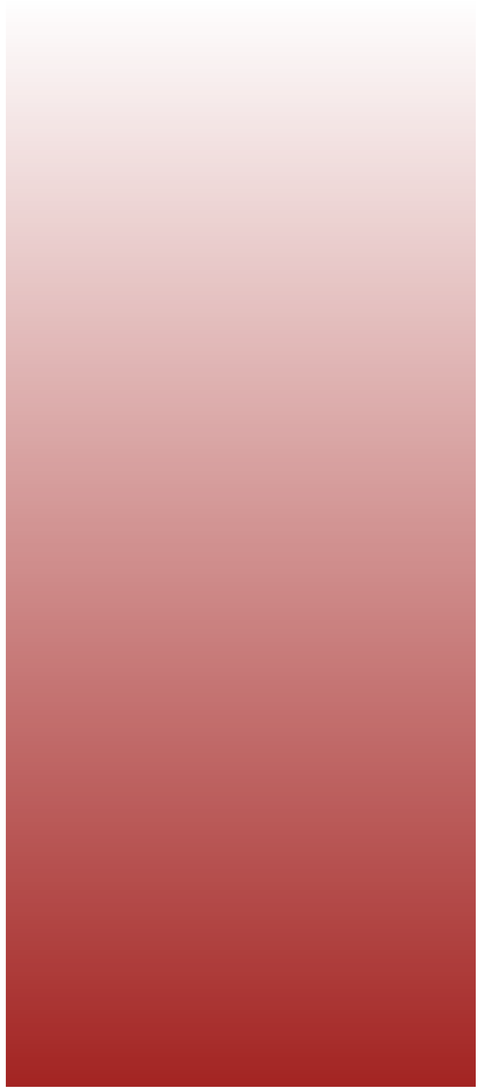
ГРАДИЕНТЫ

Градиенты являются дополнительным элементом фирменной графики IITU.

Они создаются на основе основных цветов бренда и используются для придания композициям глубины, визуальной динамики и современных акцентов.

Градиенты применяются ограниченно и не заменяют основную цветовую палитру, а служат вспомогательным инструментом при оформлении цифровых и печатных материалов.







ТИПОГРАФИКА

04

Шрифт заголовков

Шрифт основного текста

Правила набора

ШРИФТ ЗАГОЛОВКОВ

IBM Plex Sans — современный гротеск, сочетающий выразительный характер, высокую читаемость и технологичную эстетику.

Используется для оформления заголовков, подзаголовков и акцентных элементов, обеспечивая чёткую визуальную иерархию и узнаваемый стиль бренда.

Шрифт поддерживает казахский, русский и английский языки, что позволяет использовать его во всех коммуникационных материалах университета.

Распространяется по открытой лицензии SIL Open Font License 1.1 (OFL), допускающей бесплатное использование в коммерческих и некоммерческих проектах.

AaBbCc

Bold

ШРИФТ ОСНОВНОГО ТЕКСТА

Inter — современный гротеск, разработанный специально для высокой читаемости в цифровой среде.

Используется для основного текста, описаний, подписей и информационных материалов, обеспечивая комфортное восприятие информации на печатных и цифровых носителях.

Шрифт поддерживает казахский, русский и английский языки, что позволяет использовать его во всех коммуникационных материалах университета.

Распространяется по открытой лицензии SIL Open Font License 1.1 (OFL), допускающей бесплатное использование в коммерческих и некоммерческих проектах.

AaBbCc

Regular, Medium

ПРАВИЛА НАБОРА

Правила набора определяют единые принципы оформления текста и обеспечивают последовательность визуальной коммуникации бренда.

Соблюдение данных рекомендаций способствует сохранению читаемости, аккуратности и единого фирменного стиля на всех носителях.

РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

- Использовать только фирменные шрифты.
- Соблюдать утвержденную типографическую иерархию.
- Использовать достаточный межстрочный интервал для комфортного чтения.
- Выравнивать текст по левому краю (за исключением случаев, предусмотренных макетом).
- Использовать контрастные сочетания текста и фона.
- Соблюдать единые отступы между заголовками, подзаголовками и основным текстом.
- Проверять текст на орфографические, грамматические и пунктуационные ошибки.
- Переносить висячие предлоги на следующую строку.

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

- Использовать более двух фирменных шрифтов в одном макете.
- Искажать пропорции шрифта (растягивать или сжимать).
- Использовать чрезмерное количество начертаний (Bold, Light, Italic одновременно).
- Набирать длинные тексты ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ.

ПРАВИЛА НАБОРА

Правила набора определяют единые принципы оформления текста и обеспечивают последовательность визуальной коммуникации бренда.

Понятная визуальная иерархия.

ПРАВИЛА НАБОРА

Правила набора определяют единые принципы оформления текста и обеспечивают последовательность визуальной коммуникации бренда.

Текст выровнен по левой стороне.

ПРАВИЛА НАБОРА

Правила набора определяют единые принципы оформления текста и обеспечивают последовательность визуальной коммуникации бренда.

Удобный для чтения межстрочный интервал.

Правила набора

Правила набора определяют единые принципы оформления текста и обеспечивают последовательность визуальной коммуникации бренда.

Отсутствие понятной визуальной иерархии.

ПРАВИЛА НАБОРА

ПРАВИЛА НАБОРА ОПРЕДЕЛЯЮТ ЕДИНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ТЕКСТА И ОБЕСПЕЧИВАЮТ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА.

Выравнивание по центру допустимо только при небольшом количестве строк (2–3 максимум).

ПРАВИЛА НАБОРА

Правила набора определяют единые принципы оформления текста и обеспечивают последовательность визуальной коммуникации бренда.

Слишком маленький межстрочный интервал мешает комфортному чтению.

ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

05

Основа построения и базовый модуль

Фирменный паттерн

Принципы композиции

ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ И БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ

Визуальная система IITU основана на геометрии фирменного логотипа.

Простые прямоугольные формы, единая толщина линий и модульная структура становятся основой для создания паттернов, графических элементов и фирменных композиций, обеспечивая целостность и узнаваемость бренда.

Базовый модуль представляет собой ключевой графический элемент, сформированный на основе фирменного логотипа.

Его использование позволяет создавать паттерны, декоративные композиции и фирменную графику, сохраняя единство визуального языка бренда.

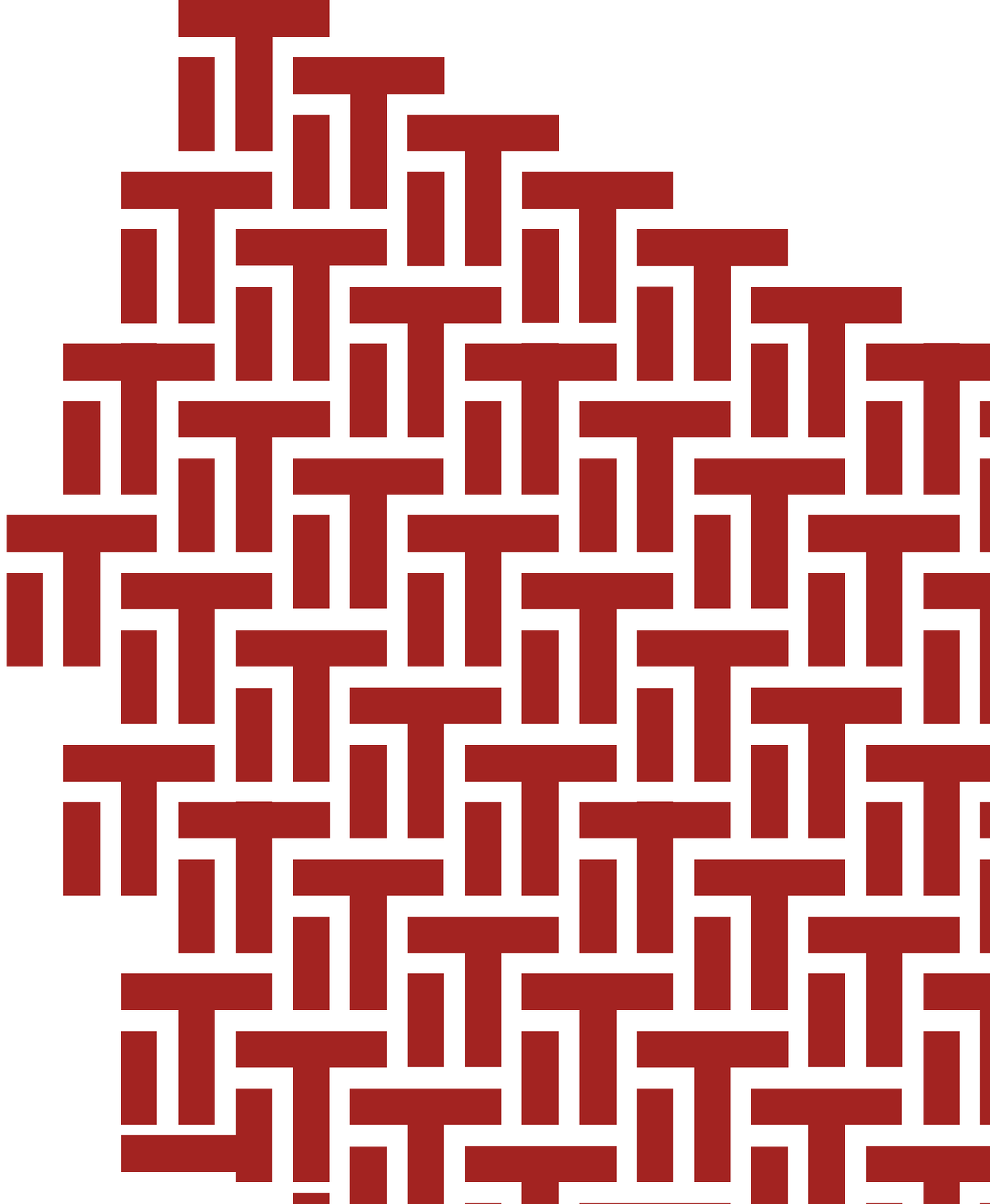


ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

Фирменный паттерн является одним из ключевых элементов визуальной идентичности IITU.

Он построен на основе базового модуля, заимствованного из геометрии логотипа, и формирует узнаваемый графический язык бренда.

Паттерн используется для оформления печатных и цифровых носителей, сохраняя визуальную целостность и усиливая узнаваемость университета.



ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ

Композиционные принципы определяют правила расположения графических элементов, текста, изображений и фирменной символики. Соблюдение единой системы композиции обеспечивает визуальную целостность, читаемость и узнаваемость фирменного стиля IITU.

РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

- Использовать модульную сетку.
- Выделять один главный акцент.
- Сохранять достаточное количество свободного пространства.
- Соблюдать визуальную иерархию.

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

- Перегружать композицию.
- Использовать несколько акцентов одновременно.
- Размещать логотип на активном фоне без достаточного контраста.
- Не нарушать визуальную иерархию, располагая второстепенные элементы выше основных.

ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ

Композиционные принципы определяют правила расположения графических элементов...



Использование модульной сетки.

ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ

Композиционные принципы определяют правила расположения графических элементов...

Выделение главного акцента.

ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ

Композиционные принципы определяют правила расположения графических элементов...



Достаточное количество свободного пространства.

ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ



Композиционные принципы определяют правила расположения графических элементов, текста, изображений и фирменной символики.



Перегруженная композиция.

ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ

Композиционные принципы определяют **ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ**, текста, изображений и фирменной символики.



Использование несколько акцентов одновременно.

Композиционные принципы определяют правила расположения графических элементов...

ПРИНЦИПЫ КОМПОЗИЦИИ

Нарушение визуальной иерархии.

ФОТОСТИЛЬ

06

Основные принципы

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Фотостиль IITU отражает современную образовательную среду, инновации и международное сотрудничество.

Фотографии должны быть естественными, динамичными и передавать атмосферу обучения, исследований и студенческой жизни.

РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

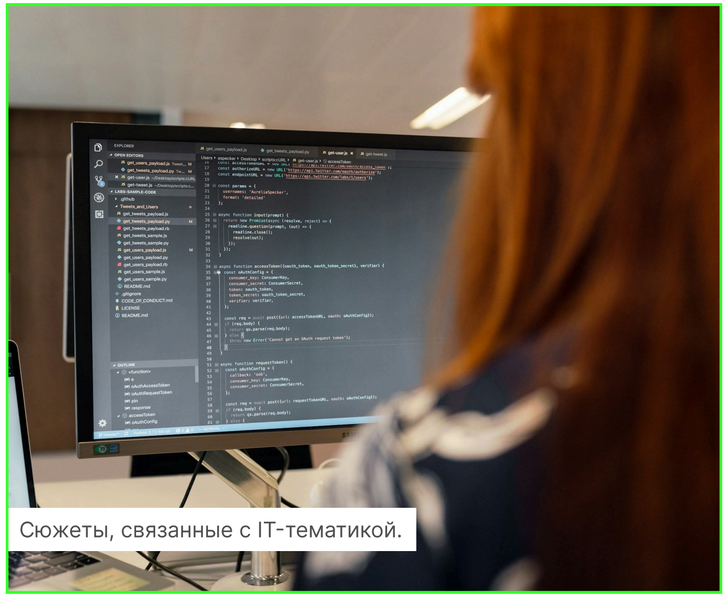
- Использовать фотографии с естественным освещением.
- Показывать реальные учебные процессы, исследования и взаимодействие студентов.
- Отдавать предпочтение живым эмоциям и естественным позам.
- Использовать современные пространства университета, лаборатории и технологичное оборудование.
- Соблюдать чистую композицию с достаточным количеством свободного пространства для размещения графики и текста.
- Использовать фирменные цвета и графические элементы при оформлении материалов.
- Ретушировать фотографии.

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

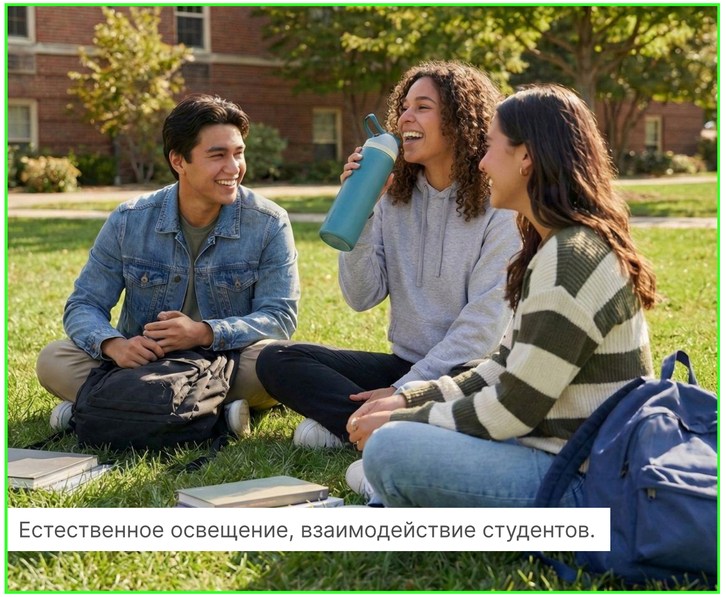
- Использовать постановочные или неестественные фотографии.
- Применять изображения низкого качества или с заметными артефактами.
- Использовать чрезмерную ретушь, HDR-эффекты и насыщенные фильтры.
- Перегружать кадр большим количеством объектов.
- Использовать фотографии, не отражающие образовательную, научную или студенческую среду IITU.



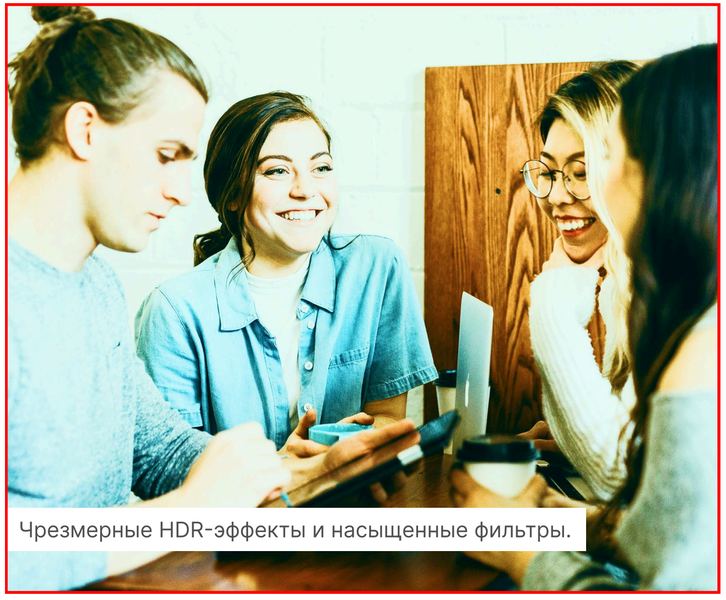
Живые эмоции и естественные позы.



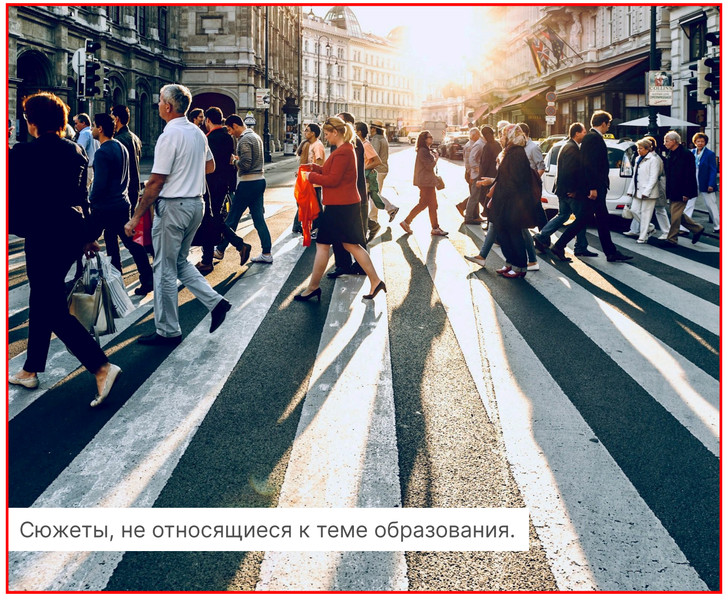
Сюжеты, связанные с IT-тематикой.



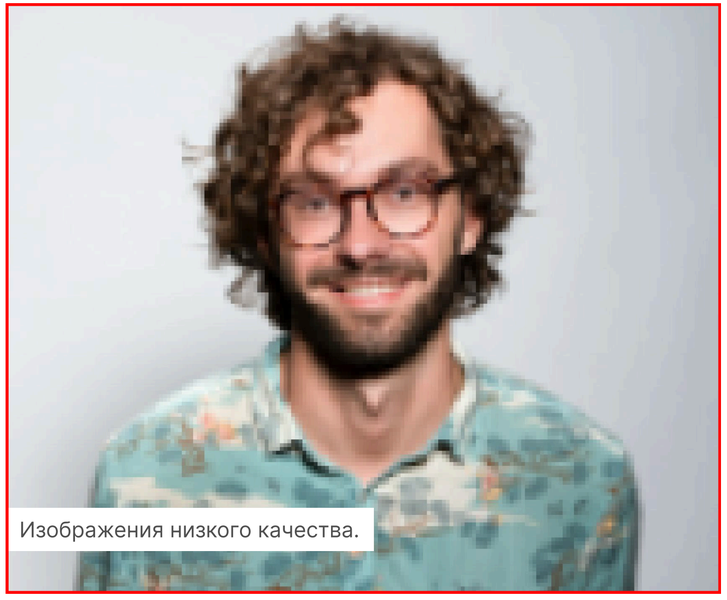
Естественное освещение, взаимодействие студентов.



Чрезмерные HDR-эффекты и насыщенные фильтры.



Сюжеты, не относящиеся к теме образования.



Изображения низкого качества.

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

07

Фирменный бланк

Визитная карточка

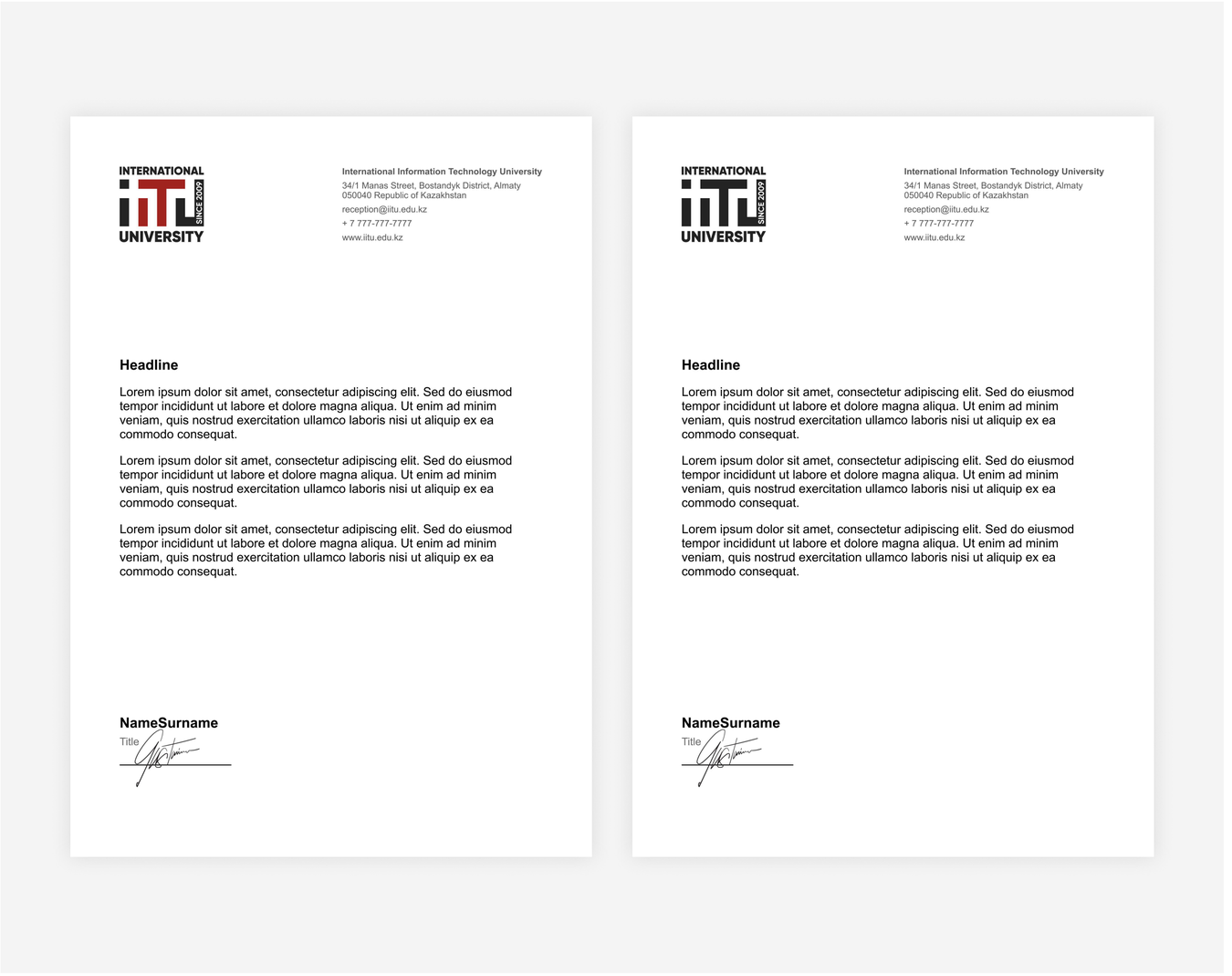
Сертификат

Благодарственное письмо

ФИРМЕННЫЙ БЛАНК

Фирменный бланк является официальным носителем корпоративной идентичности IITU и используется для оформления внутренних и внешних документов университета.

Его единое оформление обеспечивает узнаваемость бренда, поддерживает профессиональный имидж и способствует последовательности официальной коммуникации.



Формат: A4

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Фирменная визитная карточка является элементом корпоративной идентичности IITU и предназначена для официального представления сотрудников университета.

Её оформление обеспечивает единый визуальный стиль, поддерживает узнаваемость бренда и способствует профессиональной коммуникации.



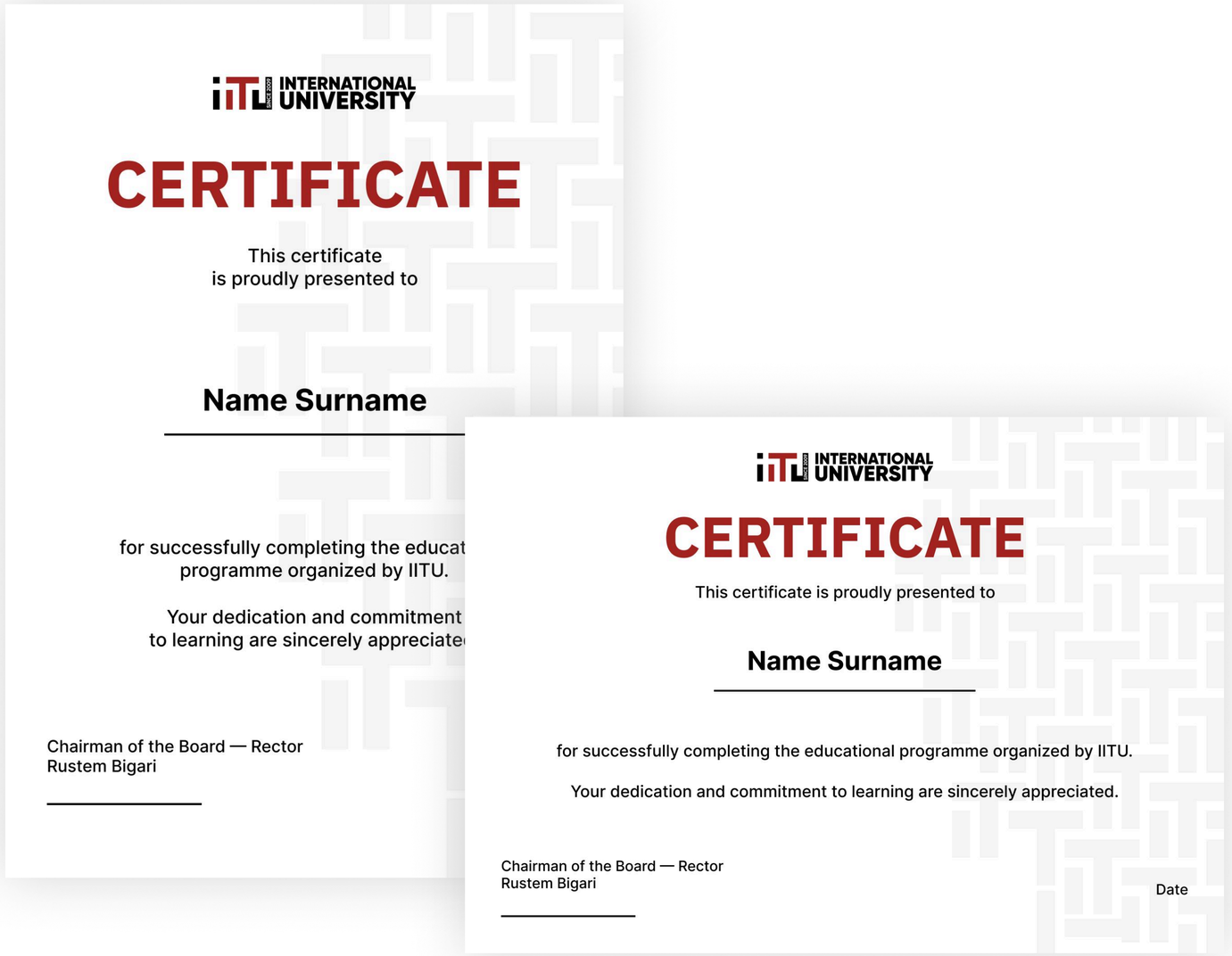


Формат: 90 × 50 мм
Вылеты: 3 мм с каждой стороны
Безопасная зона: 5 мм
Цветовой режим: CMYK
Разрешение: 300 dpi

СЕРТИФИКАТ

Фирменный сертификат используется для подтверждения участия, прохождения образовательных программ, курсов, конференций и других мероприятий IITU.

Оформление сертификата в фирменном стиле обеспечивает единый визуальный образ университета и подчёркивает официальный статус документа.

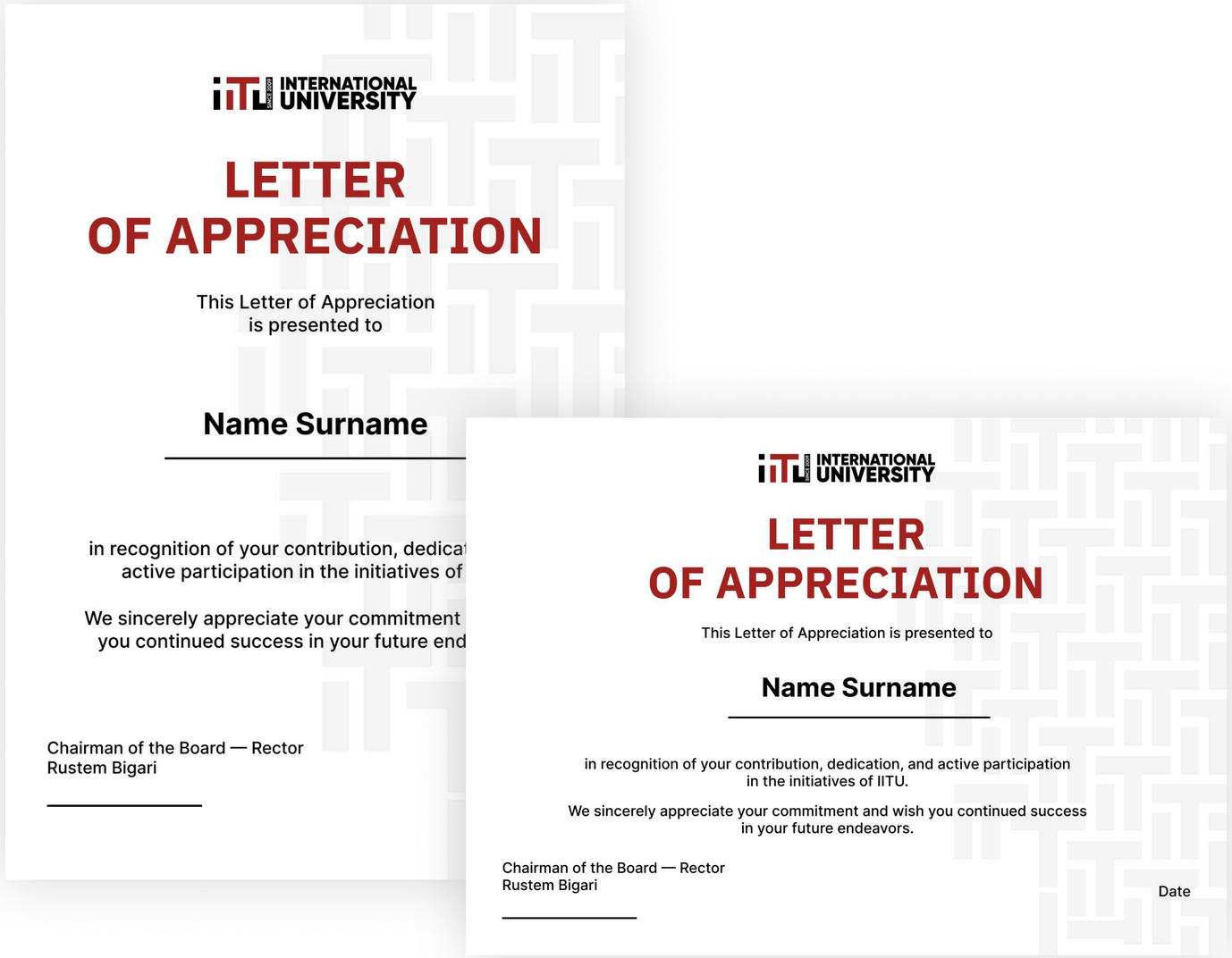


Формат: A4 (210 × 297 мм)
Ориентация: вертикальная, горизонтальная
Цветовой режим: CMYK
Разрешение: 300 dpi

БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

Фирменное благодарственное письмо используется для официального выражения признательности партнёрам, сотрудникам, студентам и участникам мероприятий.

Документ оформляется в соответствии с фирменным стилем IITU, обеспечивая единый визуальный образ и подчёркивая официальный характер коммуникации.



Формат: A4 (210 × 297 мм)
Ориентация: вертикальная, горизонтальная
Цветовой режим: CMYK
Разрешение: 300 dpi

ПРЕЗЕНТАЦИИ

08

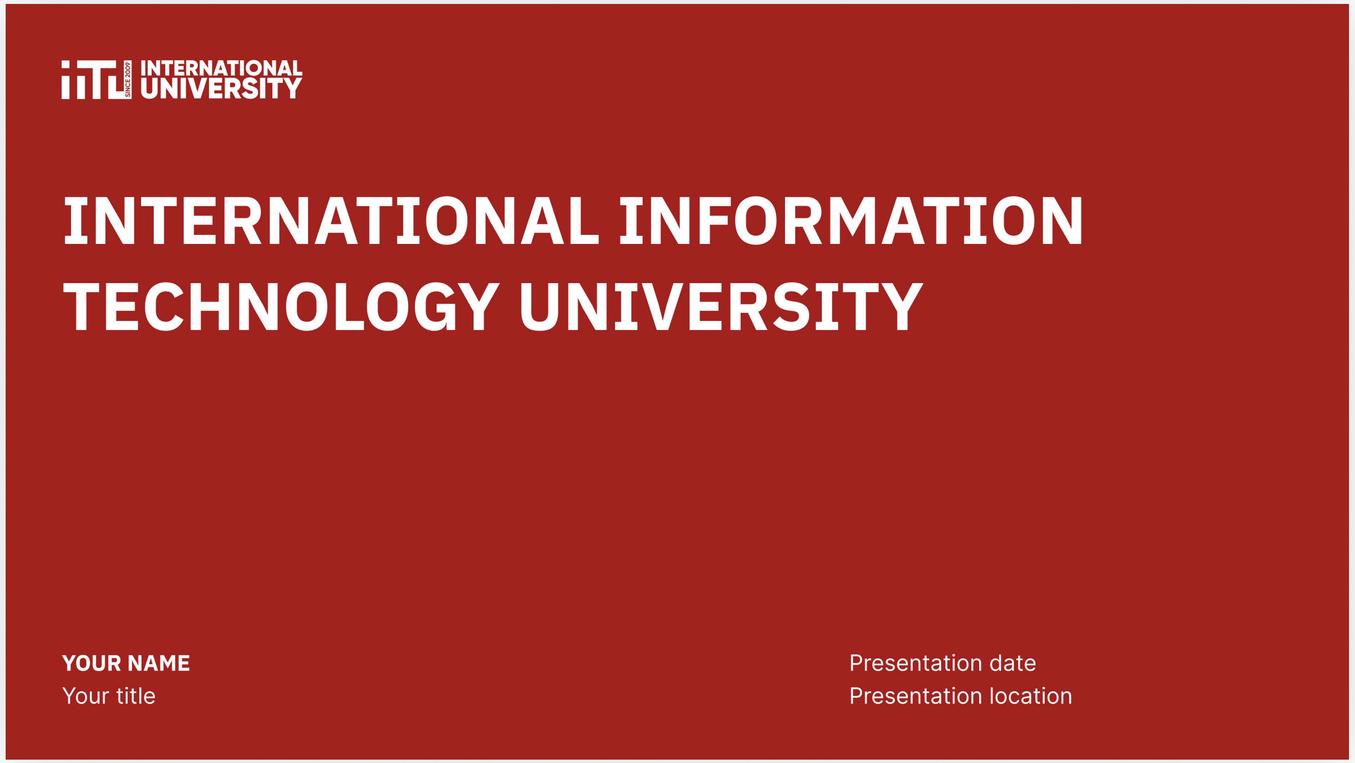
Титульный слайд

Контентный слайд

ТИТУЛЬНЫЙ СЛАЙД

Титульный слайд является первым элементом презентации и формирует визуальное восприятие материала.

Он должен отражать фирменный стиль IITU, обеспечивать чёткую визуальную иерархию и содержать только ключевую информацию.

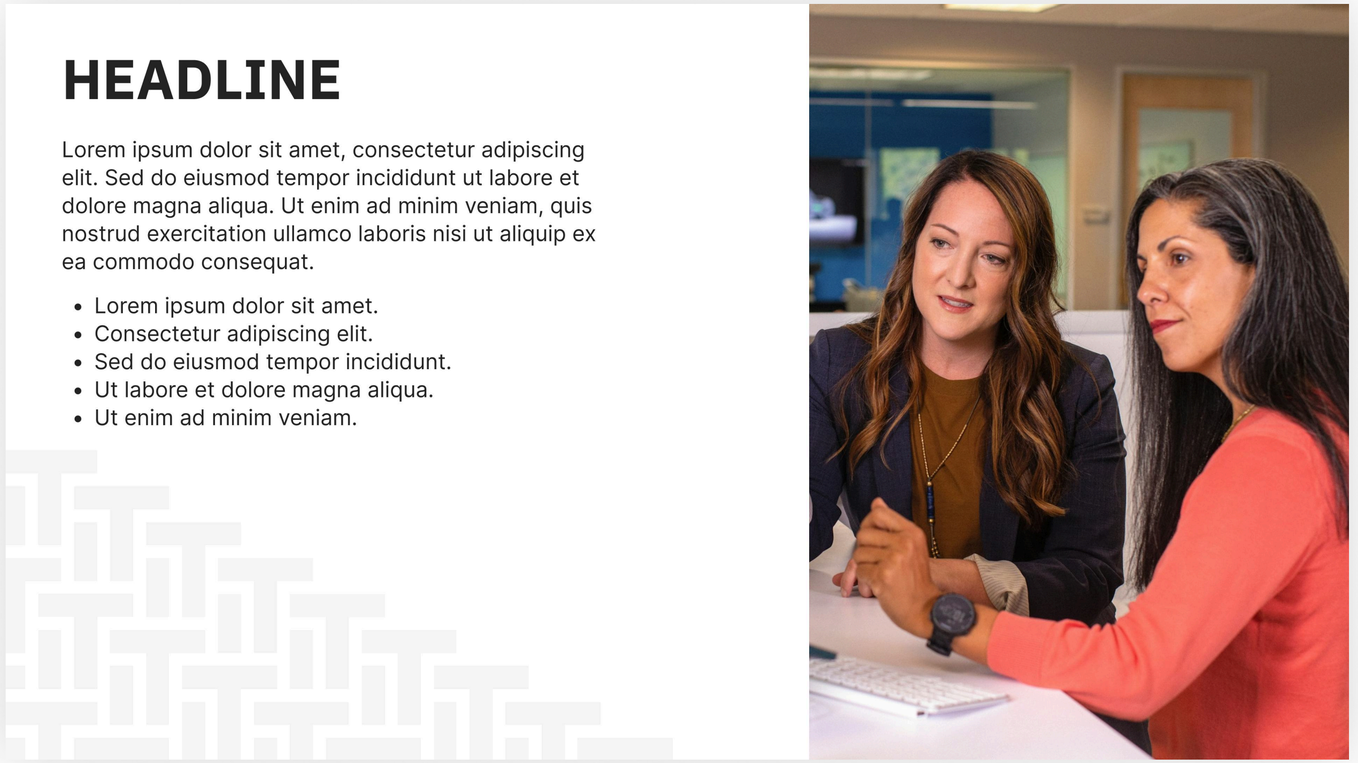


Соотношение сторон: 16:9
Размер: 1920 × 1080 px
Ориентация: горизонтальная
Цветовой режим: RGB
Формат файла: PPTX (Microsoft PowerPoint) / PDF (для демонстрации)

КОНТЕНТНЫЙ СЛАЙД

Контентный слайд предназначен для представления основной информации презентации.

Его оформление должно обеспечивать чёткую визуальную иерархию, высокую читаемость и единый фирменный стиль IITU, сохраняя баланс между текстом, графикой и изображениями.



Соотношение сторон: 16:9
Размер: 1920 × 1080 px
Ориентация: горизонтальная
Цветовой режим: RGB
Формат файла: PPTX (Microsoft PowerPoint) / PDF (для демонстрации)

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

09

Посты

Stories

ПОСТЫ

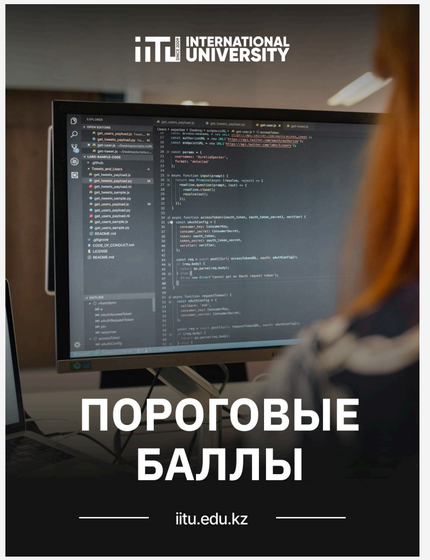
Публикации в социальных сетях являются важной частью цифровой коммуникации IITU.

Их оформление должно соответствовать фирменному стилю университета, обеспечивая единый визуальный образ, высокую узнаваемость бренда и последовательную коммуникацию с аудиторией.





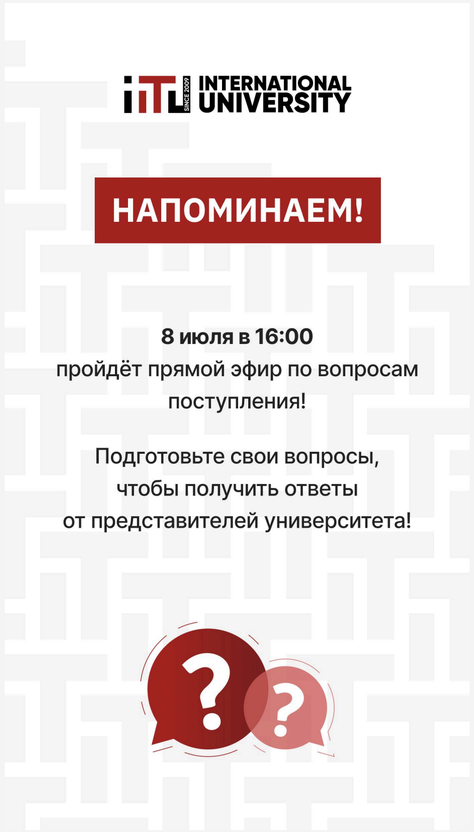




STORIES

Stories используются для оперативного информирования аудитории о событиях, новостях и мероприятиях IITU.

Их оформление должно соответствовать фирменному стилю университета, сохраняя единый визуальный образ и обеспечивая быстрое восприятие информации.







НАВИГАЦИЯ

10

Таблички

Указатели

ТАБЛИЧКИ

Навигационные таблички являются частью системы внутренней навигации IITU и обеспечивают удобную ориентацию студентов, сотрудников и посетителей на территории университета.

Их оформление должно соответствовать фирменному стилю, сохраняя единый визуальный язык и высокую читаемость.



УКАЗАТЕЛИ

Навигационные указатели обеспечивают удобную ориентацию на территории IITU и помогают посетителям быстро находить учебные корпуса, аудитории, подразделения и общественные пространства.

Их оформление должно соответствовать фирменному стилю университета, обеспечивая высокую читаемость и единый визуальный язык навигации.



ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

12

Полиграфия

Наружная реклама

Интерьер

Транспорт

Выставочные стенды

Roll-up

Press Wall

Digital

Мерч

ПОЛИГРАФИЯ


INTERNATIONAL UNIVERSITY
INTERNATIONAL
INFORMATION
TECHNOLOGY
UNIVERSITY
INTERNATIONAL UNIVERSITY
INTER
INFORMATION
TECHNOLOGY
UNIVERSITY


2026
INTERNATIONAL UNIVERSITY

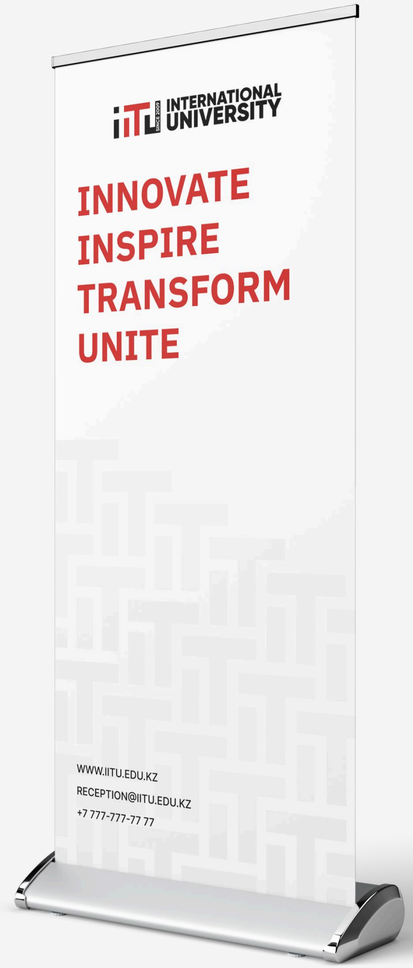
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА





PRESS WALL И ROLL-UP





МЕРЧ


INTERNATIONAL
UNIVERSITY


INTERNATIONAL
UNIVERSITY
SINCE 2009

МЕРЧ


iTL INTERNATIONAL UNIVERSITY


iTL INTERNATIONAL UNIVERSITY
ASYLZHAN SALIM
UX/UI Designer
Department of PR and Image Policy