

НАЦІОНАЛЬНИЙ
АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

БРЕНДБУК



ЗМІСТ

МІСІЯ, ВІЗІЯ, ЦІННОСТІ	3	РЕКЛАМНА ПОЛІГРАФІЧНА ПРОДУКЦІЯ	
ІСТОРІЯ УНІВЕРСИТЕТУ	4	Загальні основи оформлення	18
ОФІЦІЙНА НАЗВА	6	КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ	
ІСТОРІЯ ЛОГОТИПУ	7	Візитна картка	22
ЛОГОТИП		Фірмові бланки	24
Кольори	8	Фірмові конверти	25
Версії	9	Папка для документів	26
Рекомендації щодо використання	10	Відзнаки	27
Неприпустимі варіанти використання логотипа	12	Шаблони презентації	28
ТИПОГРАФІКА / Основні шрифти	14	Прапор і прапорець	29
ФІРМОВІ МЕТОДИ СТВОРЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ	16	БРЕНДОВАНА ПРОДУКЦІЯ / Одяг	30
		БРЕНДОВАНА ПРОДУКЦІЯ	31



МІСІЯ, ВІЗІЯ, ЦІННОСТІ

Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут» є флагманом вищої технічної освіти України у сфері авіаційних, космічних і суміжних високотехнологічних галузей. Університет має багаторічну історію, визнані наукові школи та вагомий внесок у розвиток національної індустрії. ХАІ формує середовище для створення проривних рішень, виховує фахівців нового покоління та зміцнює обороноздатність і технологічну незалежність України

МІСІЯ

ХАІ прагне забезпечити високоякісну освіту та наукові дослідження в галузі авіації, космонавтики та суміжних технологій, сприяючи розвитку національного та міжнародного аерокосмічного сектору.

ВІЗІЯ

«ХАІ – інноваційний науково-освітній центр світового рівня, що формує майбутнє авіації та космосу, виховуючи покоління лідерів, здатних творити технології завтрашнього дня та сприяти сталому розвитку України і світу».

Ключові орієнтири візії:

1. Освітнє лідерство в аерокосмічній сфері
2. Технологічна інноваційність
3. Міжнародна інтеграція
4. Формування нової генерації фахівців
5. Суспільна місія та національна відповідальність

ХАІ це про амбітні прагнення до глобального лідерства в аерокосмічній галузі. Це стратегічний орієнтир, що забезпечує єдність цілей усіх учасників академічної спільноти, що сприяє розвитку інтелектуального потенціалу нації та зміцненню авторитету України на міжнародній арені.

ЦІННОСТІ

1. Інтелектуальна свобода та академічна доброчесність

Ми підтримуємо критичне мислення, відкритість до нових ідей, прозорість у наукових дослідженнях та повагу до авторських прав.

2. Інноваційність і технологічне лідерство

ХАІ формує культуру постійного вдосконалення, експериментів і проривних рішень у сфері аерокосмічної техніки та цифрових технологій.

3. Патріотизм і служіння Україні

Ми готуємо фахівців, які свідомо працюють на зміцнення незалежності, обороноздатності та майбутнього України.

4. Людяність і відповідальність

ХАІ – це спільнота, де панує повага до гідності кожного, соціальна чутливість та орієнтація на добробут суспільства.

5. Партнерство і відкритість до світу

Ми будуємо відкриті, довірливі зв'язки з університетами, дослідницькими установами й індустріальними партнерами в Україні та за її межами.

6. Соціальна та цифрова відповідальність

Розвиваючи сучасні технології, ми дбаємо про сталий розвиток, енергоефективність і цифрову безпеку.



Україна – одна з небагатьох країн світу, де розробляється й виробляється авіаційна і космічна техніка, а також готуються кваліфіковані фахівці для цієї галузі. Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут» є провідним навчальним закладом в системі державної освіти України, який випускає фахівців даного профілю.

Харківський авіаційний інститут був заснований у 1930 році і на початку мав у своєму складі всього два факультети – літакобудування та моторобудування. На момент заснування у ХАІ було всього 12 викладачів і 69 студентів. Розвиток інституту йшов надзвичайно швидкими темпами. Вже у 1932 році злетів перший у Європі (і другий у світі) пасажирський літак ХАІ-1 з шасі, що прибиралися у польоті. Це унікальний випадок в історії авіації – літак розроблений викладачами та студентами-дипломниками пішов у серію і став наймасовішим пасажирським літаком країни.

Саме з ХАІ-1 стартувала славетна серія літаків ХАІ – фоторозвідник ХАІ-6, штурмовик ХАІ-5 (Р-10) та ін. Літаки й планери, створені в стінах інституту, встановлювали світові рекорди. У 1934-му році вперше піднявся у повітря планер «ХАІ-4», створенням

якого керував Павло Беннінг. Саме ним була запропонована унікальна система гідравлічного зв'язку між переднім і заднім шасі, яка давала можливість одночасно прибирати і випускати три колеса у польоті. А планеру «Осавіахімовець ХАІ» судилося увійти в історію світової авіації. Саме на ньому льотчик Рижков вперше у світі здійснив фігури вищого пілотажу на планері, виконавши (!) 26 мертвих петель, одна з яких – з виходом у зворотному напрямку.

У 1935-му році інженер ХАІ, а в майбутньому Генеральний конструктор, Архип Михайлович Люлька, розробив і спроектував перший вітчизняний турбореактивний двигун РТД-1.

10 листопада 37-го року, під керівництвом академіка Г. Ф. Проскури об'єднується група вчених, інженерів і студентів, яка займається питаннями вивчення ракетної тяги, конструює та запускає перші ракети. 19 вересня 1940 року ентузіастами реактивної групи, поблизу села Черкаська Лозова під Харковом була запущена порохова ракета №2. Логічним продовженням ракетної теми був той факт, що у 1948 році в ХАІ почалася підготовка інженерів з ракетної тематики.

Випускники ХАІ брали безпосередню участь у всіх програмах з освоєння космосу – від запуску першого штучного супутника землі та першого польоту людини у космос до космічних подій, які відбуваються сьогодні.

Усі роки університет залишався відомою науковою школою аерокосмосу. У 60-х роках в ХАІ були створені: лабораторія по використанню імпульсних джерел енергії в промисловості, лабораторія з дослідження тривалої міцності авіаційних конструкцій. Розпочало роботу студентське конструкторське бюро, яке створило за час свого існування понад шістдесят зразків літаків різних типів.

Спеціалізація інституту постійно розширювалася. У 1959 році було відкрито Радіотехнічний факультет (сьогодні факультет Радіoeлектроніки, комп'ютерних систем та



інфокомунікацій), у 1977 факультет Систем управління літальними апаратами, у 1980 – факультет Ракетно-космічної техніки. Одночасно тривав розвиток матеріальної бази. Було завершено будівництво унікального для країни комплексу аеродинамічних труб, побудовані нові навчальні корпуси та гуртожитки, спорткомплекс, база відпочинку в Криму. За видатні успіхи в галузі підготовки висококваліфікованих фахівців і в наукових дослідженнях у 1978 році інституту було присвоєно ім'я теоретика повітроплавання, вчителя академіка Проскури – професора М. Є. Жуковського.

Багато видатних вчених та конструкторів працювало в ХАІ. Так з 1977 по 1984 роки кафедру Конструкції літаків очолював легендарний конструктор Олег Костянтинович Антонов.

У 90-ті роки, враховуючи вимоги часу, ХАІ поповнився ще двома факультетам – у 1991 році факультетом Економіки та менеджменту (сьогодні факультет Програмної інженерії та бізнесу), у 1999 році – Гуманітарно-правовим факультетом.

У 1992 році, вперше в історії, ХАІ розпочав навчання іноземних громадян. Тоді ж до навчальних програм було включено вивчення інтегрованих програмних комплексів CAD / CAM / CAE: UNIGRAPHICS, ADEM, EUCLID та ін. У серпні 1998 року на базі Харківського авіаційного інституту був створений Державний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «ХАІ». 11 вересня 2000 року університету присвоєно статус – Національний.

Сьогодні ХАІ – це єдиний вищий навчальний заклад країни, що здійснює комплексну підготовку фахівців для авіаційно-космічної галузі, завдяки потужній школі вчителів та унікальному шляху опанування аерокосмосу.

За роки свого існування університет підготував понад 110 тисяч інженерів. Серед фахівців з вищою освітою, які працюють в авіаційно-космічній галузі України, 70% – це випускники ХАІ. ХАІ сьогодні – це не тільки надзвукова аеродинаміка, міцність авіаційних конструкцій, конструювання

авіаційних і ракетних двигунів, розробка систем управління літальних апаратів тощо, але насамперед це використання сучасних інформаційних технологій, економічних теорій, гуманітарних наук для вирішення проблем авіації, космонавтики та й української держави в цілому. Винаходи вчених університету запатентовані більш ніж в 20 країнах світу. ХАІ є постійним учасником міжнародних виставок

Зараз університет займає окрему територію міста в лісопарковій зоні площею близько 25 га, на якій розташовано 8 навчальних корпусів, 2 науково-дослідних інститути, наукові лабораторії, бібліотека з фондом 920000 томів, студентське містечко, спорт комплекс, профілакторій, їдальні.

Університет є співвиконавцем Міжнародної космічної програми «Альфа», викладачі університету від початку національних проєктів до їх завершення, а саме передстартової підготовки супутників, забезпечували розробку програмного забезпечення та випробування українських супутників Мікросупутник, EGYPTSAT, MC-2-8.

У травні 2025 року набуває змінену назву Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут».



ОФІЦІЙНА НАЗВА

Відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 03.03.2025 № 401, Університет отримав нову назву — Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут». У зв'язку з цим було подано до Міністерства для затвердження оновлену редакцію Статуту, погодженого конференцією трудового колективу Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» від 19 березня 2025 року, протокол №2.

У новій редакції документа враховано офіційне перейменування ХАІ, оновлено пошту адресу з урахуванням зміни назви вулиці Чкалова на вулицю Вадима Манька, а також приведено всі положення Статуту у відповідність до Закону України «Про вищу освіту». Згідно з наказом № 729 від 14.05.2025 затверджено оновлений статут.

ІСТОРИЧНА ДОВІДКА

Відповідно до постанови Ради Міністрів Української РСР від 31 січня 1978 року № 76 «Про присвоєння імені М. Є. Жуковського Харківському авіаційному інституту» йому було присвоєно ім'я М. Є. Жуковського. Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 07 серпня 1998 року № 1246 «Про створення Державного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» на базі Харківського авіаційного інституту було створено Державний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». Згідно з Указом Президента України від 11 вересня 2000 року № 1059 «Про надання деяким вищим навчальним закладам статусу національних» Університету надано статус національного.

Відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 03 березня 2025 року № 401 «Про перейменування Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» Університет перейменовано на Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут».

Повне офіційне найменування Університету українською мовою:

Національний
аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут».

Повне офіційне найменування Університету англійською мовою:

National Aerospace University
«Kharkiv Aviation Institute»

Скорочене найменування Університету:

- українською мовою — ХАІ;
- англійською — KhAI;

Інші найменування є помилковими:

- Національний аерокосмічний університет Харківський авіаційний інститут.
- Національний аерокосмічний університет «ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ».
- НАУ «Харківський авіаційний інститут».
- НАУ
Харківський авіаційний інститут.
- НАУ «ХАІ»
- НАУ ХАІ



Натхнення та історичний контекст

З 1930 року розпочався легендарний шлях ХАІ, який є флагманом провідної сучасної освіти й до тепер. Неможливо охопити усіх звершень та досягнень, титанічна робота кожного викладача і студента – це відкриття, патенти, наукові статті, інженерні винаходи, перемоги у конкурсах і найвищі щаблі у рейтингах. Лише можна уявити, що вирувало у кожному, коли злетів ХАІ-1.

Логотип Національного аерокосмічного університету є символом, який об'єднує науковий спадок, технічний потенціал та інноваційні досягнення навчального закладу. Він базується на трьох великих літерах першої історичної назви університету – ХАІ.

Логотип складається зі стилізованих літер «Х», «А» та «І», що формують єдиний гармонійний знак.

Спочатку логотип Національного аерокосмічного університету мав елемент, який символізував літальний апарат. Цей елемент відображав історичний контекст університету у авіації та його роль у розвитку авіакосмічної галузі. Однак через складнощі у гармонійному поєднанні та відображенні цього елемента на різних носіях та документах, він був виключений з логотипу у пізніших версіях та замінений на символ, що відображає сучасність авіаційної галузі. Це рішення спрямоване на покращення читабельності та пізнаваності логотипу, а також забезпечення його легкості у репродукції та використанні.

Сучасна еволюція та повернення елемента

У новій сучасній версії дизайну логотипу було знайдено рішення, яке дозволило гармонійно вписати символ літального апарату без шкоди для відтворення та сприйняття. Додатковий елемент – подовження інверсійного сліду, що символізує сучасні технології та прагнення до нових висот, було інтегровано в структуру логотипу таким чином, щоб зберегти його цілісність та пізнаваність.

Значення та візуальні рекомендації

Логотип Національного аерокосмічного університету тепер представляє собою ідеальний баланс між історичним контекстом та сучасними аспектами аерокосмічної галузі.

Візуальне представлення інверсійного сліду та символу літального апарату підкреслює сучасність, актуальність та інноваційність університету, зберігаючи при цьому його професіоналізм та авторитетність на ринку вищої освіти України.

Заключення

Новий логотип Національного аерокосмічного університету став не лише символом його унікального історичного шляху та академічної діяльності, але й прагнення до передових технологій та світового лідерства у галузі авіації та космосу. Це візуальне представлення ідеально підходить для різних носіїв та матеріалів, забезпечуючи чіткість та ефективність використання в будь-якому контексті.

У пошуках нових символізмів та з метою втілення глобального бачення бренду ХАІ, що відповідає часу та вимогам сьогодення, з осмисленим поглядом у майбутнє.

ЛОГОТИП / Кольори

Основні кольори.

Важливим елементом ідентифікації закладу, поряд з логотипом, є фірмова кольорова гама.

Темно-синій – це колір відваги, міцї та стійкості, натхнення та простору для ідей, вказує на професіоналізм або привітність. Через асоціацію з небом, яке бачимо щодня, він підтримує відчуття надійності та стабільності й заслуговує на довіру. Саме через те, що синій – це надійний колір, багато брендів у різних сферах використовують його для формування позитивного іміджу.

Світло- або ніжно-блакитні відтінки повітряні, яскраві та молодіжні, асоціюються з інтелектуальною діяльністю, спокійними міркуваннями.

Комбінація темно-синього з яскравими акцентами неоновосинього застосовується для передачі інноваційності та технологічності.

НЕ ДОЗВОЛЯЄТЬСЯ ВІДТВОРЕННЯ ЛОГОТИПУ ІНШИМИ КОЛЬОРАМИ АБО ВІДТІНКАМИ, КРІМ ВИЗНАЧЕНИХ В ОСНОВНІЙ ПАЛІТРІ КОЛЬОРІВ.

При використанні логотипа в друкованій документації (бланки, лист, електронні версії документів тощо), може бути застосований чорний колір. Він не є фірмовим, використовується як технічно необхідний.

Чорний фірмовий знак використовується тільки на білому та світло-сірому фоні.

Чорний: Для контрасту і виділення важливих елементів.

Білий: Для фону або акцентів, додає свіжість і ясність.



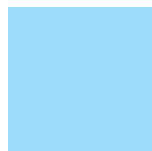
CMYK
RGB
Pantone
HEX

C:100 M:50 Y:0 K:50
R:0 G:62 B:111
P 108-8 C
#003e6f



CMYK
RGB
Pantone
HEX

C:100 M:0 Y:0 K:0
R:0 G:174 B:239
P Process Cyan C
#00aeeef



CMYK
RGB
Pantone
HEX

C:37 M:0 Y:0 K:0
R:151 G:218 B:248
P 115-4 C
#97daf8



CMYK
RGB
Pantone
HEX

C:0 M:0 Y:0 K:0
R:255 G:255 B:255
P 1-1 C
#ffffff



CMYK
RGB
Pantone
HEX

C:0 M:0 Y:0 K:100
R:35 G:31 B:32
P 179-16 C
#231f20



**Монохромний варіант 100% Black
на світло-сірому фоні**

Логотип має декілька версій, які використовуються для різних типів матеріалів і носіїв. Це дозволяє забезпечити його відповідність до конкретних умов використання і збереження його впізнаваності в будь-якому контексті.

Кольорова версія

Кольорова версія логотипу використовує основну палітру кольорів, яка передає ключові атрибути університету, такі як інноваційність, технологічність та сучасність. Головними кольорами є темно-синій і неоновий синій, які символізують технологічний прогрес та динаміку.

Монохромна версія

Версія логотипу призначена для використання у ситуаціях, де важливість контрасту і чіткості визначається як ключовий аспект. Вона забезпечує чітке відображення всіх елементів логотипу без втрати його ідентичності та легкості сприйняття.

Інвертна версія

Інвертна версія логотипу використовується на темному фоні, де основний знак відтіняється світлішим кольором або білим, забезпечуючи високий контраст і видимість. Це дозволяє логотипу ефективно відокремлюватися, виділятися і підкреслювати його ключові елементи.

Кожна версія логотипу є важливою складовою бренду університету і використовується з метою збереження його (логотипу) цілісності та ефективного сприйняття в різних умовах використання.



Основний варіант



Монохромний варіант 100% основний колір



Монохромний варіант 100% Black



Інвертний кольоровий варіант



Монохромний варіант 100% основний колір



Інвертний варіант 100% Black

ЛОГОТИП / Рекомендації щодо використання

Офіційний логотип університету складається зі графічної частини (стилізованих літер «Х», «А» та «І») та текстової частини офіційного найменування університету.

Графічна частина (стилізовані літери «Х», «А» та «І») може бути використана для дизайну окремо від текстової.

Логотип використовується відповідно до варіацій назви університету в україномовній, англійській або з двомовній версіях ВЕЛИКИМИ ЛІТЕРАМИ.

Текстова частина логотипа може бути розміщена праворуч, ліворуч або знизу від графічної та виконується шрифтами Roboto Medium, Roboto Bold або Myriad Bold Condensed, Myriad Pro Semibold, Myriad Pro Bold.

Мінімальний розмір логотипу

Було визначено рекомендовані мінімальні розміри логотипу для друку та використання на екрані. Це необхідно для збереження чіткості і впізнаваності логотипу в різних умовах використання.

У разі, якщо розміри відповідно до рекомендацій категорично неможливі, допустимим є відхилення при узгодженні з посадовими особами університету, відповідальними за прийняття відповідних рішень.



Екран: 45 pixels
Друк: 16.8 мм



НАЦІОНАЛЬНИЙ
АЕРОКОСМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ
АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



НАЦІОНАЛЬНИЙ
АЕРОКОСМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ
АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



NATIONAL
AEROSPACE UNIVERSITY
«KHARKIV AVIATION
INSTITUTE»



NATIONAL
AEROSPACE UNIVERSITY
«KHARKIV AVIATION
INSTITUTE»

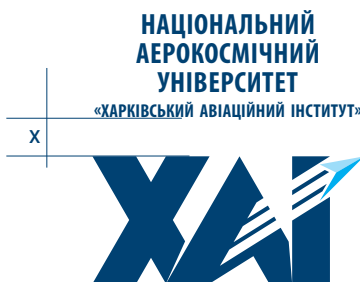
NATIONAL
AEROSPACE
UNIVERSITY
«KHARKIV
AVIATION INSTITUTE»



НАЦІОНАЛЬНИЙ
АЕРОКОСМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ
АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»
NATIONAL AEROSPACE UNIVERSITY
«KHARKIV AVIATION INSTITUTE»

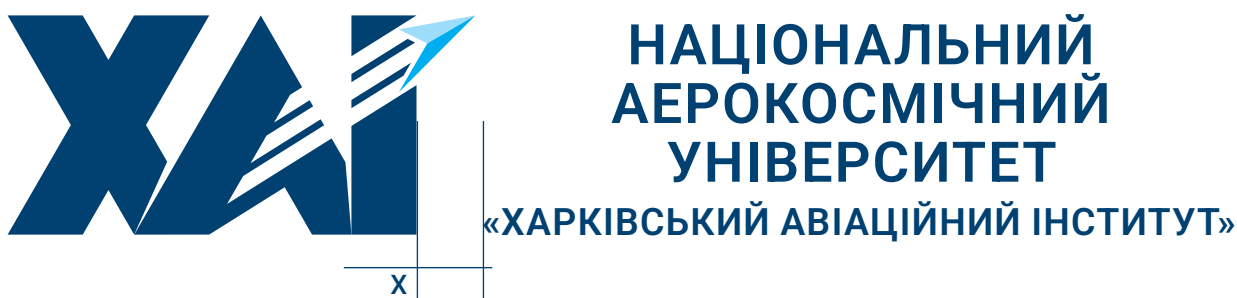
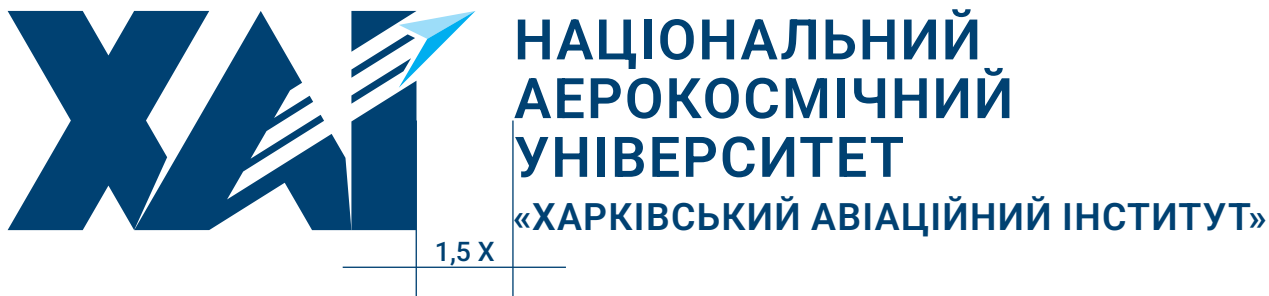
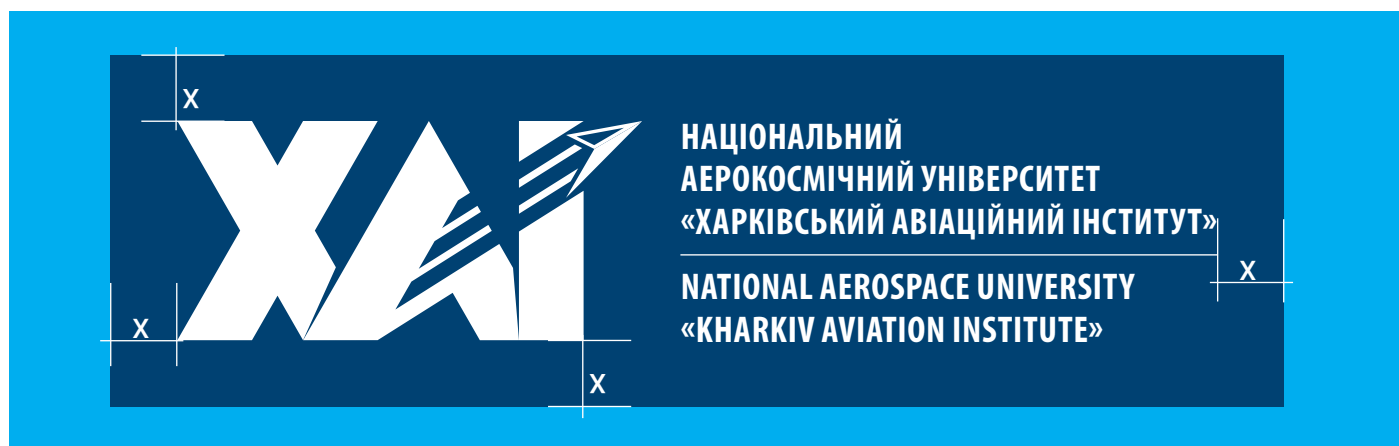


ЛОГОТИП / Рекомендації щодо використання

Визначення вільного простору для логотипу

Брендбук встановлює необхідність вільного від графіки та тексту простору навколо логотипу з усіх сторін, незалежно від того, де він застосовується. Це важливо для забезпечення кращого сприйняття логотипу окремо або у поєднанні з надписом.

За одиницю виміру мінімального вільного простору ширини/висоти була взята ширина літери «І».



ЛОГОТИП / Неприпустимі варіанти використання логотипа

Внесення змін до логотипа: порушення пропорцій, композиційні зміни.



Викривлення (стиснення або розширення) пропорцій логотипу.



Повна або часткова зміна кольорів логотипа, та використання у контурному вигляді



Розташування логотипа на кольоровому фоні, що ускладнює його прочитання.



Розташування логотипа під кутами та/або нахилами, у перегорнутому вигляді, у дзеркальному відображенні



ЛОГОТИП / Неприпустимі варіанти використання логотипа

Заповнення вільного простору (див. Визначення простору для логотипу) логотипа різними символами чи елементами.



Використання інших шрифтів у накресленні логотипа та створення власних версій знака.



Застосування різних ефектів, що ускладнюють прочитання логотипа.



При використанні логотипу з написом та зображеннями необхідно звертати увагу на контраст, зручність для читання і поєднання кольорів. На темних фонах/зображеннях радимо застосовувати інверсний варіант, натомість на світлих фонах/зображеннях – основний, одноколірний або монохромний варіант.



ТИПОГРАФІКА / Основні шрифти

Типографіка – ключовий компонент візуальної ідентичності нашого навчального закладу. Вона сприяє створенню професійного та легко впізнаваного стилю в усіх інтерпретаціях.

У цьому розділі викладено правила використання шрифтів, які гарантують єдність та послідовність у всіх друкованих та цифрових матеріалах.

В наших інтерпретаціях бренду використовуються три зображення: **Roboto Regular**, **Roboto Medium** и **Roboto Bold**.

Roboto Regular

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Roboto Medium

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Roboto Bold

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

За необхідністю в якості другої додаткової гарнітури можливо використання **Myriad Pro** в різних накресленнях

Myriad Condensed та Condensed Italic

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Myriad Bold Condensed та Bold Condensed Italic

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Myriad Pro Regular та Italic

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Myriad Pro Semibold та Semibold Italic

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Myriad Pro Bold та Bold Italic

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Ії Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

ТИПОГРАФІКА / Основні шрифти

Для офіційного внутрішнього та зовнішнього документообігу застосовують шрифт Times New Roman згідно з вимогами Міністерства освіти та науки України.

Times New Roman Regular

Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Її Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Aa 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 ! @ # \$ % ^ & * ()

Times New Roman Italic

*Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Її Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()*

*Aa 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 ! @ # \$ % ^ & * ()*

Times New Roman Bold

Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Її Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

**Aa 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 ! @ # \$ % ^ & * ()**

Для оформлення книг та методичної літератури використовуються гарнітури Times New Roman та Arial у регулярному, напівжирному, похилому накресленні згідно з вимогами до комп'ютерного оригінал-макету для видання посібника.

Arial Regular

Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Її Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

Aa 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 ! @ # \$ % ^ & * ()

Arial Italic

*Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Її Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()*

*Aa 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 ! @ # \$ % ^ & * ()*

Arial Bold

Аа Бб Вв Гг Гґ Дд Ее Єе Жж Зз Ии Іі Її Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * ()

**Aa 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 ! @ # \$ % ^ & * ()**



Заборонено використовувати занадто маленькі або занадто великі розміри шрифтів, що можуть ускладнити читання. Використовувати занадто щільні або занадто рідкі міжрядкові інтервали.

ФІРМОВІ МЕТОДИ СТВОРЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ

Додаткові кольори

Для друкованих матеріалів, реклами та інших носіїв можна додати додаткові кольори, щоб розширити палітру та адаптувати логотип до різних середовищ і завдань

У разі використання технологій з обмеженою колірною гамою (зовнішня реклама, сувенірна продукція, фірмовий одяг тощо) підбираються максимально близькі кольори відповідно до шкали PANTONE.

 **CMYK** C:0 M:100 Y:100 K:35
RGB R:171 G:118 B:28
Pantone P 49-16 C
HEX #a70e13

 **CMYK** C:0 M:69 Y:100 K:0
RGB R:243 G:113 B:33
Pantone P 30-8 C
HEX #f37121

 **CMYK** C:0 M:18 Y:100 K:0
RGB R:255 G:207 B:1
Pantone P 7-8 C
HEX #ffc001

 **CMYK** C:100 M:0 Y:29 K:49
RGB R:0 G:105 B:116
Pantone P 123-8 C
HEX #006974

 **CMYK** C:62 M:0 Y:100 K:0
RGB R:108 G:190 B:69
Pantone P 154-8 C
HEX #6bbd45

 **CMYK** C:100 M:0 Y:15 K:14
RGB R:0 G:153 B:188
Pantone P 118-16 C
HEX #0099bc

 **CMYK** C:49 M:100 Y:0 K:49
RGB R:94 G:0 B:79
Pantone P 90-8 C
HEX #5e004f

 **CMYK** C:49 M:100 Y:0 K:0
RGB R:147 G:38 B:143
Pantone P 88-8 C
HEX #961580

 **CMYK** C:59 M:21 Y:0 K:36
RGB R:78 G:126 B:162
Pantone P 111-13 C
HEX #4e7ea2

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ
ЛІТАКОБУДУВАННЯ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ
АВІАЦІЙНИХ ДВИГУНІВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ
СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ
ЛІТАЛЬНИХ АПАРАТІВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ
РАКЕТНО-КОСМІЧНОЇ ТЕХНІКИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ,
КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ
ТА ІНФОКОМУНІКАЦІЙ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ
ПРОГРАМНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ
ТА БІЗНЕСУ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»



ГУМАНІТАРНО-ПРАВОВИЙ
ФАКУЛЬТЕТ

ФІРМОВІ МЕТОДИ СТВОРЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ

БРЕНДБУК

У фірмовому стилі передбачається застосовувати широкий спектр ілюстративних можливостей. Основа успіху полягатиме в цілісності рішення, чіткості й масштабності форм, тональності та ритму, і багато чого іншого, що охоплює поняття композиція.

Кожен конкретний випадок створення ілюстративного оригіналу ставитиме власні конкретні задачі. Треба дотримуватися певного пріоритету у технічних матеріалах для ілюстрування. Фотографічний, живописно-графічний, друкарський та простий набірно-шрифтовий можуть бути самостійними та самодостатніми засобами оформлення, а також можуть взаємно поєднуватися.



НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

РЕКЛАМНА ПОЛІГРАФІЧНА ПРОДУКЦІЯ /

Зовнішня реклама та реклама в друкованих ЗМІ – один із потужних інструментів для популяризації університету та розповсюдження інформації, що сприяє позитивному сприйняттю бренду цільовою аудиторією.

З огляду на це, до оформлення рекламних матеріалів (листівки, рекламні буклети та флаєра університету) необхідно ставитися з особливою ретельністю, уникаючи рішень, які не відповідають корпоративному стилю.

Формати можуть бути:

- А4 (210х297 мм), складений втричі
- А4 (210х297 мм), складений вдвічі
- А5 (210х148 мм)
- флаєр (210х99) та ін.

У рекламних листівках вказується перелік напрямків підготовки, адреса Університету, адреси офіційних сторінок у соціальних мережах, контактна інформація а також інша актуальна інформація.

Обов'язково розміщується логотипу Університету та назва університету, офіційні назви факультетів, коледжу та контакти.

Загальні правила оформлення.

Для друку приймаються макети, зроблені в програмах Adobe PDF (.pdf), Adobe Illustrator (*.eps, *.ai), Adobe Photoshop (*.psd, *.tiff), Adobe InDesign (*.indd).

Колірна модель макета CMYK та/або Pantone. Сумарна барвистість зображення дорівнює 290% і менше. У макеті не має бути включено жодних ICC-профілів.

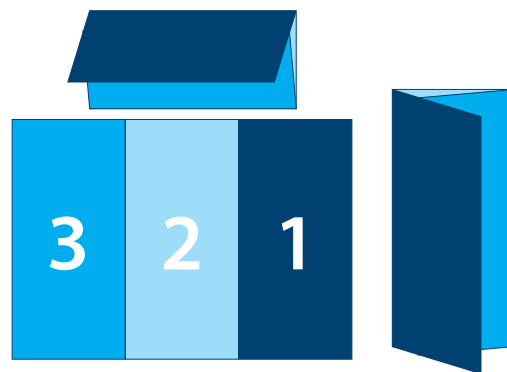
Шрифти вбудовані в публікацію або в *.pdf, або ж переведені в криві.

Розмір макета в міліметрах відповідає розміру продукції. Макет представлено в дообрізному форматі, що містить у собі вильоти (допуски для обрізки) по 3 мм з кожного боку. Важливі та значущі елементи (текст, контактна інформація тощо) розташовуються щонайменше за 6 мм від лінії різу.

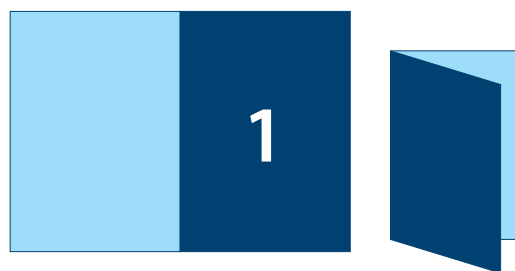
Растрові зображення з роздільною здатністю 300 dpi і в колірній моделі CMYK.

Мінімальна товщина елементів для повноцінного відображення на друку – 0,2 мм.

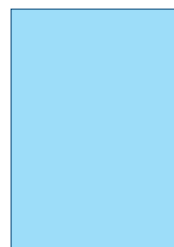
Загальні основи оформлення



А4 (210х297 мм), двосторонній, складений втричі



А4 (210х297 мм), двосторонній, складений вдвічі



А5 (210х148 мм), двосторонній



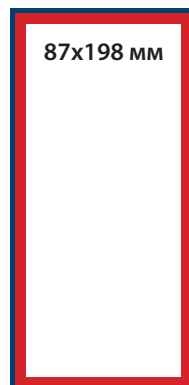
Флаєр (210х99), двосторонній

Помилки, які часто виникають

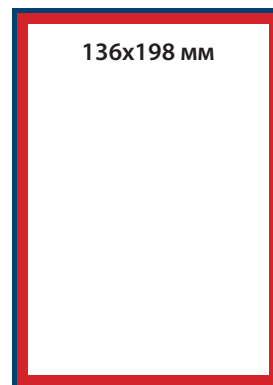
- Не використовуйте для створення макетів програми Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint тощо. Такі файли потребують значного доопрацювання макета, а інколи й геть розробку з нуля;
- Замість кольорової моделі CMYK використовується RGB;
- Фото низької якості;
- Растрове зображення замість потрібного векторного;
- Відсутність вильотів;
- Тонкі чорні елементи з використанням 4 фарб.

Вильоти

Для того, щоб якісно порізати продукцію у формат, в макеті закладаються вильоти – допуски під порізку. Здебільшого це 3 мм (на прикладах замальовані синім колором) з кожного боку. Вильоти – це не білі поля, а продовження фону, що буде обрізаний після друку. Водночас потрібно відстежувати, щоб уся важлива інформація перебувала щонайменше за 6 мм від лінії різку (на прикладах замальовані червоним колором). Білим колором на прикладах замальовано поле для розташування інформації. Тому в більшості випадків неможливо отримати вильоти, збільшивши весь макет, і доводиться додавати ці поля вручну.

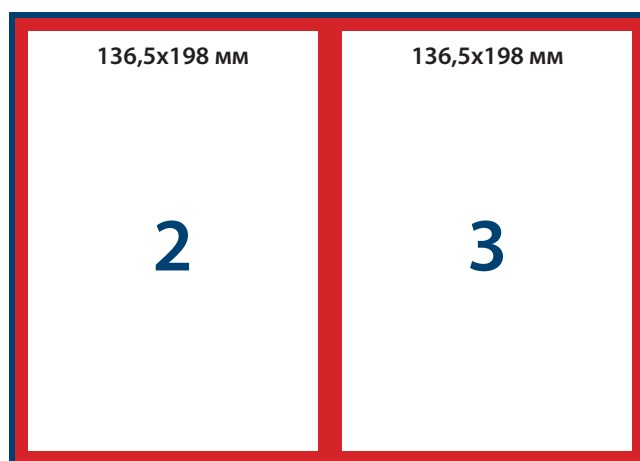
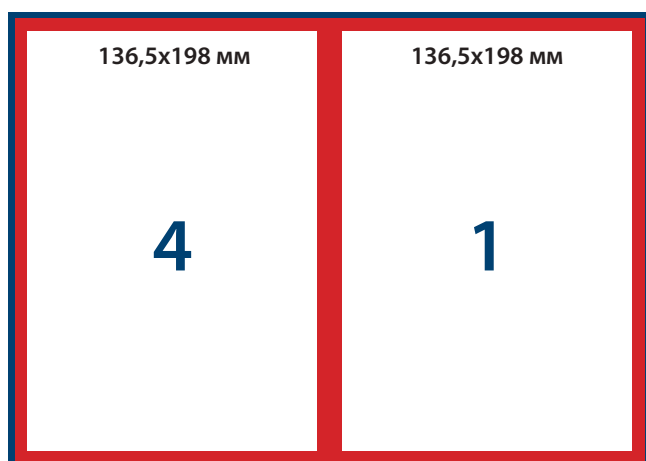


**Флаєр (210x99 мм),
двосторонній.
Дообрізнний формат
(216x105).**

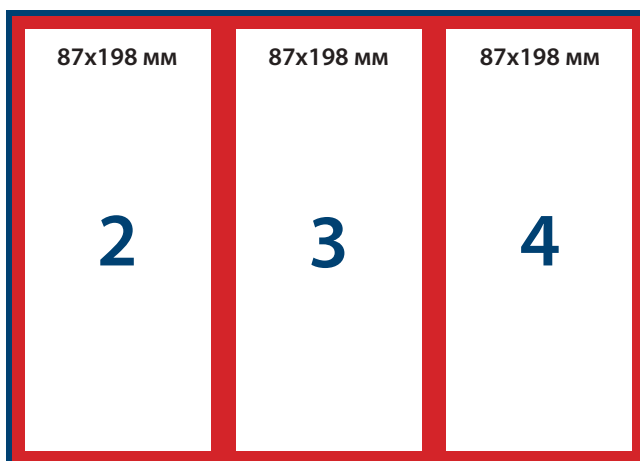
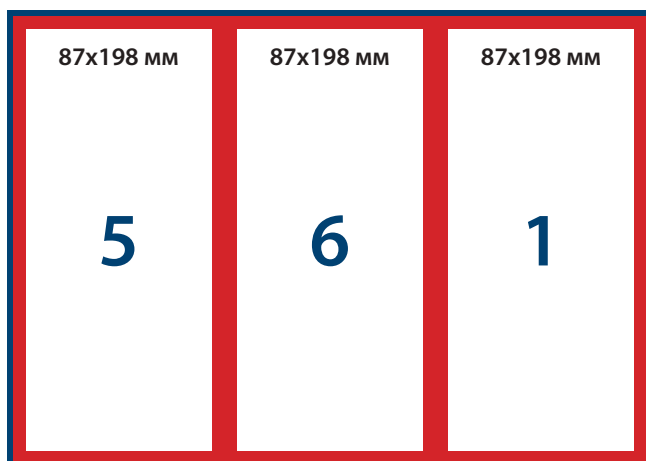


**A5 (210x148 мм),
двосторонній.
Дообрізнний формат
(216x154).**

A4 (210x297 мм), двосторонній, складений вдвічі. Дообрізнний формат (216x303).



A4 (210x297 мм), двосторонній, складений втричі. Дообрізнний формат (216x303).



Колірна модель

У поліграфії застосовуються дві колірні моделі: CMYK і Pantone.

Звичайна повнокольорова листова продукція, така як флаєри, буклети, листівки, каталоги та багато чого іншого, друкується в моделі CMYK. На кожен друкований аркуш по черзі накладають чотири барвисті шари, які під час суміщення створюють повнокольорове зображення. Повнокольорові фотографії та ілюстрації друкуються лише за допомогою CMYK.

Чорно-білі зображення можуть бути переведені в Grayscale. У випадку, коли продукція друкується тільки в ч/б - це обов'язково.

Pantone був створений для того, щоб класифікувати відтінки і зробити друк корпоративної продукції більш передбачуваним за різних умов, друкарень і обладнання. На відміну від фарб CMYK, фарби Pantone змішуються не під час друку, а до нього, і перевіряються на відповідність еталону. Більшу частину відтінків Pantone неможливо передати за допомогою CMYK. Фарбу Pantone використовують для друку корпоративної продукції: конверти, бланки, візитки, самокопіювальні бланки, сувенірна продукція, блоки для календарів і блокнотів тощо. Також тільки ці фарби можна використовувати в трафаретному друці та тамподруці.

! Інші колірні моделі, особливо RGB, не призначені для друку. Вони мають ширший діапазон відтінків і частину з них неможливо передати за допомогою CMYK. Наприклад, після перетворення зображення з RGB у CMYK яскраво-зелений колір стане більш тьмяним і сірим.

Увага! Основи оформлення рекламних матеріалів, описані у цьому розділі, мають рекомендаційний характер. У разі необхідності, їх можна змінювати за умови обов'язкового погодження з відповідальними посадовими особами університата. При цьому альтернативні варіанти оформлення повинні відповідати корпоративному стилю університата та правилам його застосування.



Роздільна здатність зображень

Для якісного друку зображення в макеті повинні бути з роздільною здатністю 300 dpi без масштабування. Наприклад, якщо вставити в макет картинку з потрібною роздільною здатністю і після цього збільшити її, то роздільна здатність зменшується пропорційно збільшенню. Більш низька роздільна здатність призведе до того, що фотографії будуть розмитими, нечіткими, з шумом та іншими дефектами.

Роздільна здатність 150 dpi використовується під час широкоформатного друку, а 75 dpi – тільки для відображення в інтернеті та на мобільних пристроях.



КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ / Візитна картка

Візитки – це невід’ємна частина ділового спілкування та ефективний інструмент для побудови партнерства. Розмір візитки фіксується 90х50 мм. В макеті закладаються вильоти 3 мм з кожною сторони. Стандарти базуються на основах корпоративного стилю.

- **Формат:** 90х50 мм.
Дообрізний формат (96х56)
- **Логотип і офіційна назва університету**
- **Реквізити:** ПІБ, назва структурного/навчального підрозділу, посада, робоча адреса, мобільний телефон, електронна пошта, адреса сайту

Всі важливі елементи: номери телефонів, адреси, логотипи та інші елементи повинні бути розташовані не ближче ніж на 6 мм від кожної з чотирьох сторін візитки.



ВІЗИТКА ДВОМОВНА

Розміри логотипу: 10x21,344

Назва XAI: Myriad Pro Semibold, розмір: 6, міжрядковий інтервал: 6, колір: C:100 M:50 Y:0 K:50.

Ім'я та прізвище: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 12, міжрядковий інтервал: 12, колір: C:100 M:0 Y:0 K:0.

Посада: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8, міжрядковий інтервал: 8, колір: C:100 M:50 Y:0 K:50.

Телефон та пошта: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8 або 10, міжрядковий інтервал: 8, колір: C:100 M:0 Y:0 K:0.



ВІЗИТКА ОДНОМОВНА (ВАРІАНТ 1)

Розміри логотипу: 23,479x11 мм

Назва XAI: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8 та 5, міжрядковий інтервал: 8 та 6, та колір: C:100 M:50 Y:0 K:50.

Ім'я та прізвище: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 12, міжрядковий інтервал: 12, колір: C:100 M:0 Y:0 K:0.

Посада: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8, міжрядковий інтервал: 8, колір: C:100 M:50 Y:0 K:50.

Телефон та пошта: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8 або 10, міжрядковий інтервал: 8 або 10, колір: C:100 M:0 Y:0 K:0.



ВІЗИТКА ОДНОМОВНА (ВАРІАНТ 2)

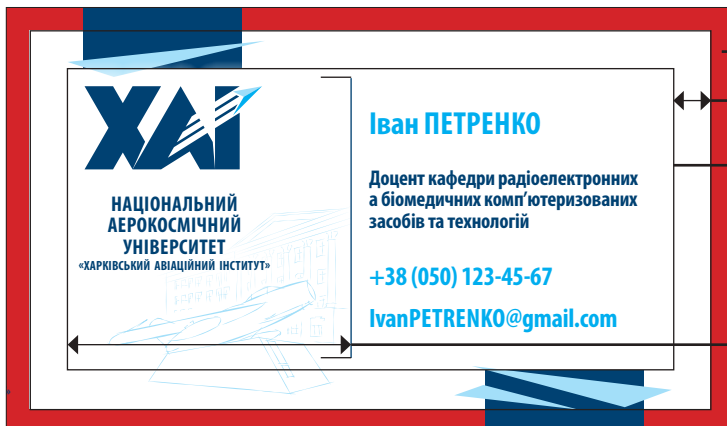
Розміри логотипу: 25x11,713 мм

Назва XAI: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 7, міжрядковий інтервал: 8, колір: C:100 M:50 Y:0 K:50.

Ім'я та прізвище: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 12, міжрядковий інтервал: 12, колір: C:100 M:0 Y:0 K:0.

Посада: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8, міжрядковий інтервал: 8, колір: C:100 M:50 Y:0 K:50.

Телефон та пошта: Myriad Pro Bold Condensed, розмір: 8 або 10, міжрядковий інтервал: 8 або 10, колір: C:100 M:0 Y:0 K:0.



вільоти – допуски під порізки

поле на якому не можна розміщати інформацію
6 мм від різі

поле для розміщати інформації та контактів,
дорівнює 42,6 мм

поле де розташовано логотип та назву,
дорівнює 37,5 мм



вільоти – допуски під порізки

поле на якому не можна розміщати інформацію
6 мм від різі

поле для розміщати інформації та контактів,
дорівнює 42,6 мм

поле де розташовано логотип та назву,
дорівнює 37,5 мм



вільоти – допуски під порізки

поле на якому не можна розміщати інформацію
6 мм від різі

поле для розміщати інформації та контактів,
дорівнює 40 мм

поле де розташовано логотип та назву,
дорівнює 40 мм

КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ / Фірмові бланки

Фірмові бланки потрібні для багатьох важливих функцій: вони підвищують корпоративний імідж та впізнаваність університету, полегшують ідентифікацію документа, допомагають створити єдиний стиль у документообігу, а також допомагають передати інформацію про університет за допомогою

офіційних листів. Вони забезпечують чітке вираження професійності та поваги до адресата.

До фірмових бланків ХАІ відносяться: бланк листа, бланк наказу, бланк розпорядження. Оформлення бланків згідно з ДСТУ 4163 та наказом №224 від 19.05.2025 року.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

НАКАЗ

_____ Харків № _____

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

РОЗПОРЯДЖЕННЯ

_____ Харків № _____



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

Вул. Вадима Манька, 17, м. Харків, 61070, тел. (057) 788-40-00, факс (057) 315-11-31
 E-mail: khai@khai.edu, код ЄДРПОУ 02066769

_____ № _____
 На № _____ від _____

КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ / Фірмові конверти

Формат конверта вимірюється в міліметрах, є клапан, що завжди закривається, який завжди розташований вгорі. Призначення конвертів залежить від вкладених поштових відправлень.

Розмір конверту, придатного для пересилання поштою, визначено у Державному стандарті України «Зв'язок поштовий. Поштові конверти. Технічні умови. ДСТУ 3876-99 Основні розміри поштових конвертів:

C6 114*162 мм.

C6 – це конверт для листа розміру A4, складеного вчетверо;

E65 (євростандарт) – 110*220 мм.

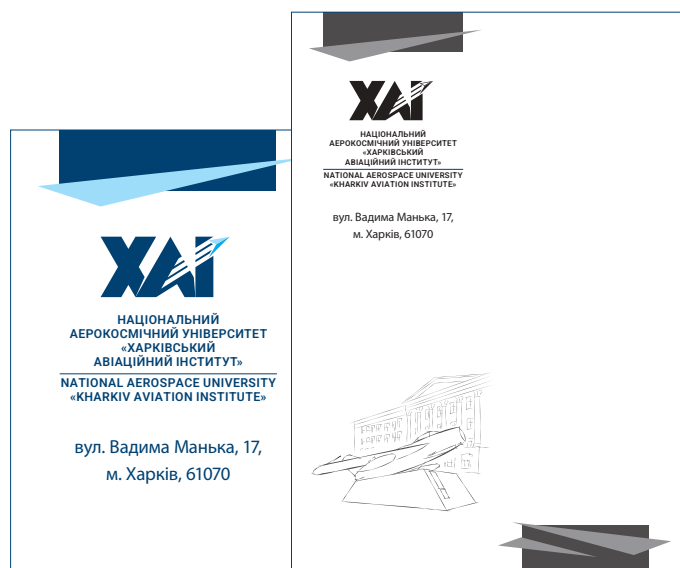
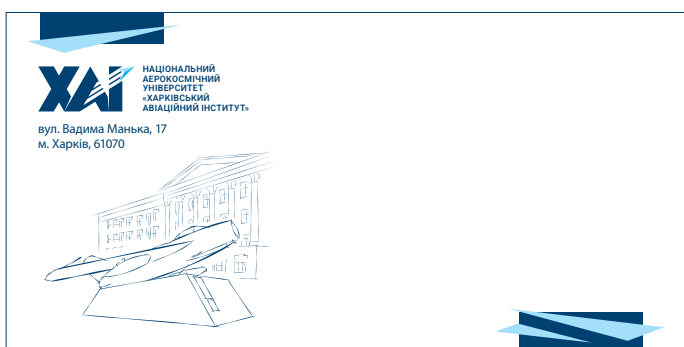
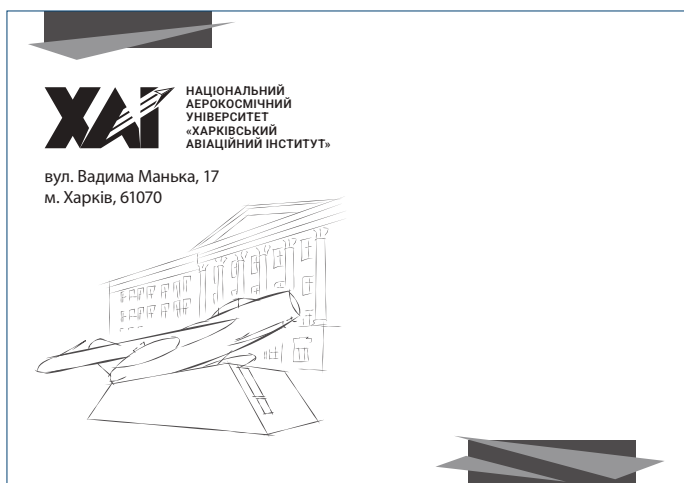
У конверт євроформату міститься вкладення розміру A4, складене втричі;

C5 – 162*229 мм.

Цей конверт містить листівку формату A5 або лист розміру A4, складений навпіл;

C4 – 229*324 мм.

C4 є оптимальним для аркуша паперу A4. Власне, в такому конверті можна помістити до 50 таких аркушів.



КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ / Папка для документів

Папка – це елемент фірмового стилю, що виконує не лише практичну, а й репрезентативну функцію. Вона використовується для подання документів, презентацій, професійних пропозицій, тендерних пакетів або інформаційних матеріалів під час зустрічей з партнерами, клієнтами та представниками медіа.

Основні вимоги до дизайну папки:

Логотип розміщується на лицевій стороні папки згідно з правилами бренд-айдентіки (зазвичай у верхньому лівому або правому куті, або по центру).

Колірна гама папки повинна відповідати фірмовим кольорам бренду.

Шрифти використовуються ті самі, що й у всіх носіях візуального стилю.

Матеріал: щільний картон або ламінований папір, можливе тиснення, вибіркового лаку, або інші фірмові ефекти.

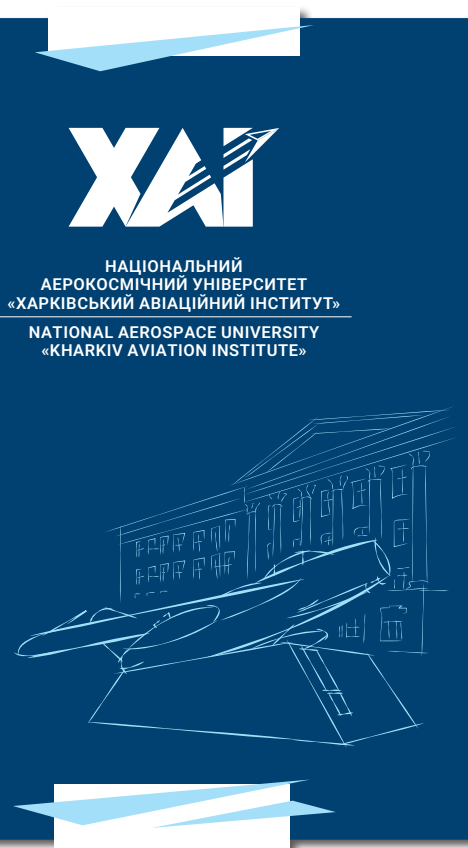
Внутрішнє оформлення може включати контактну інформацію, місце для візитівки, інші елементи айдентики.

Призначення:

- Презентація документів у стильному, впізнаваному вигляді.
- Формування цілісного візуального іміджу компанії

Формат:

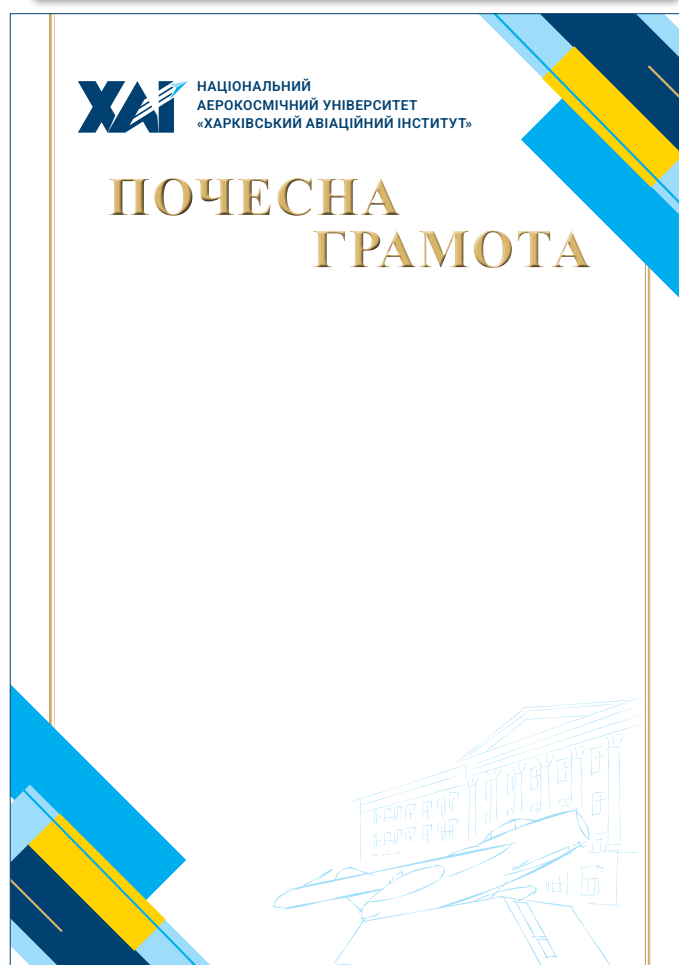
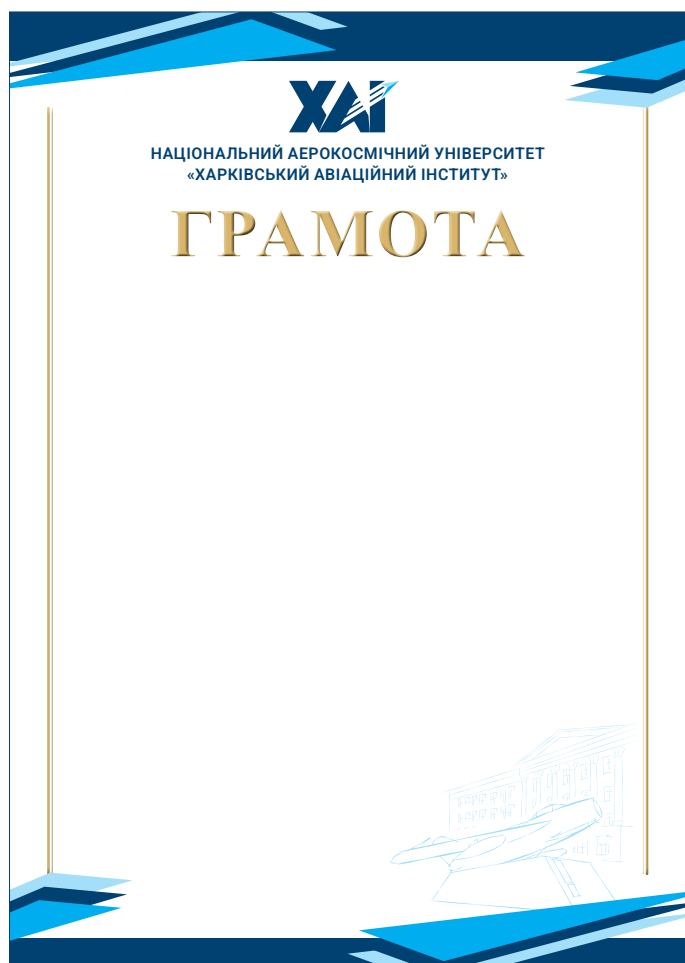
A4 – класичний формат для більшості ділових матеріалів



Подяка та грамота – це різні види відзнак, які можуть бути вручені людям за досягнення в певній сфері. Однак, вони мають різні цілі та характеристики.

Подяка – це вираження вдячності або визнання внеску або підтримки особи в якійсь діяльності, проекті або ініціативі. Подяки містять логотип ХАІ, офіційну назву, ім'я отримувача, опис досягнень та дату видачі, а також підпис керівника.

Грамота – це відзнака за досягнення або успіх у певній діяльності, яка зазвичай вручається в нагороду за досягнення у навчанні, спорті або професійній діяльності. Грамоти містять логотип ХАІ, офіційну назву, ім'я отримувача, опис досягнень та дату видачі, а також підпис керівника. Вони часто можуть бути використані як документ, що підтверджує високий рівень вмінь та знань у певній галузі.



КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ / Шаблони презентації

Шаблон презентації – це візуально-стилістична основа для створення презентацій, що відповідає айденітиці бренду. Він забезпечує єдність подачі інформації, підсилює впізнаваність і демонструє професійний підхід до комунікації з аудиторією.

Призначення шаблону:

- Внутрішні та зовнішні презентації компанії
- Публічні виступи, звіти, комерційні пропозиції
- Навчальні або інформативні сесії

Формат шаблону:

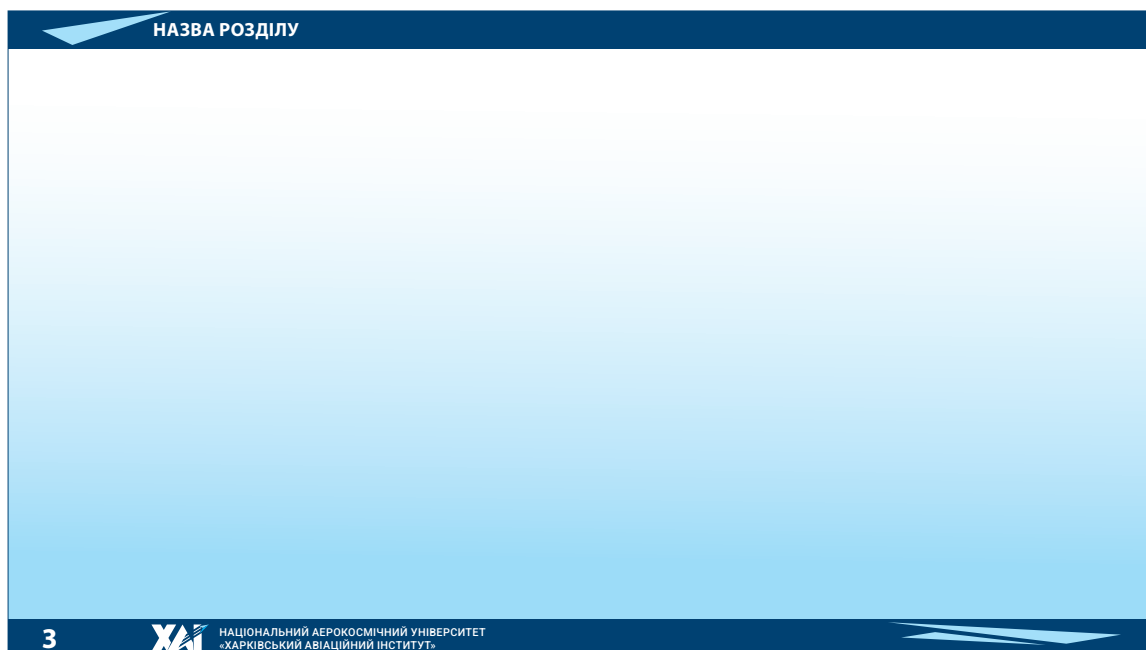
PPTX / Google Slides / Keynote

Основні принципи оформлення:

- Використання фірмових кольорів, шрифтів і логотипу
- Узгоджені слайди з прикладами титульної сторінки, змісту, текстово-графічних блоків, інфографіки
- Мінімалістичний стиль з акцентом на читабельність і логічну структуру

Рекомендації:

- Уникайте перевантаження слайдів текстом
- Дотримуйтесь сітки і вирівнювання елементів
- Кожен слайд має нести одну головну ідею

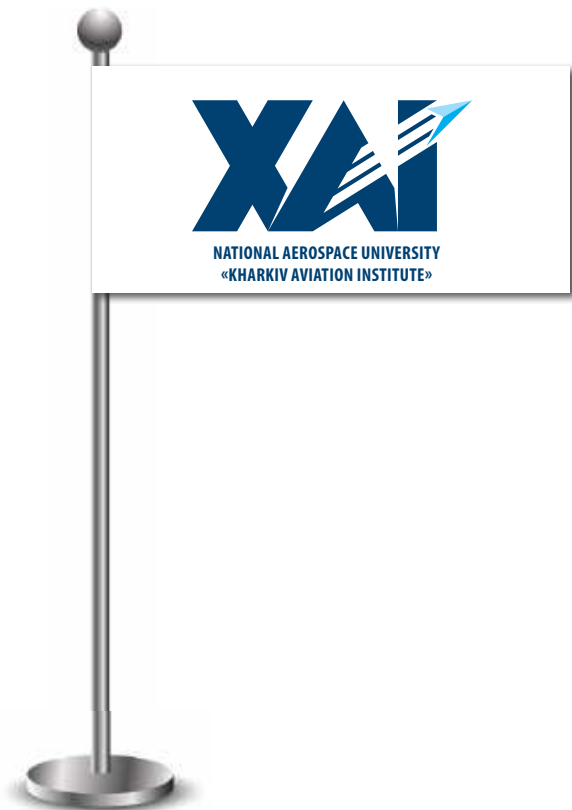


КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ / Прапор і прапорець

Для підтримки іміджевої кампанії та за-
для формування фірмового стилю прапор
може бути використаний як у приміщенні так
і на вулиці для привернення уваги.

Друк виконується на синтетичних тка-
нинах. Розмір прапора 1000x1500 мм. Колір
синій з нанесенням логотипу університету та
офіційної назви двома мовами (українська,
англійська).

Настільний прапорець використовується
для демонстрації корпоративної символі-
ки, в ділових та офіційних заходах, таких як
конференції, зустрічі або переговори. Вони
можуть також бути елементом декору або су-
веніром. Має розмір 235x115 мм. Колір білий
з нанесенням логотипу фірмових кольорів та
офіційною назвою університету українською
або англійською мовами.



**НАЦІОНАЛЬНИЙ
АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»**

**NATIONAL AEROSPACE UNIVERSITY
«KHARKIV AVIATION INSTITUTE»**

БРЕНДОВАНА ПРОДУКЦІЯ / Одяг

Основні елементи:

- Фірмові кольори й логотип у відповідних зонах нанесення
- Уніфікований шрифт
- Мінімалістичний, сучасний і практичний дизайн

Види брендovanого одягу:

- Футболки, худі, світшоти
- Верхній одяг (бомбер)
- Аксесуари (шопери, кепки, шарфи тощо)



Футболка біла, 95 років з літаком,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL



Футболка біла, XAI 95 років,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL



Бомбер світлий,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL



Футболка синя, лого XAI,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL



Футболка синя, 95 років XAI двостороння,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL



Екошопер білий з лого



Світшот синій, літак Мрія,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL



Світшот білий, літак Мрія,
розмір XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL

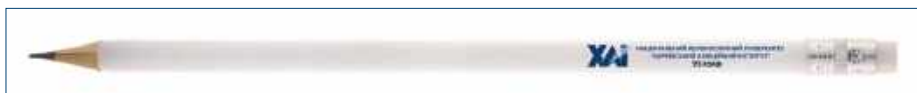
БРЕНДОВАНА ПРОДУКЦІЯ

Призначення:

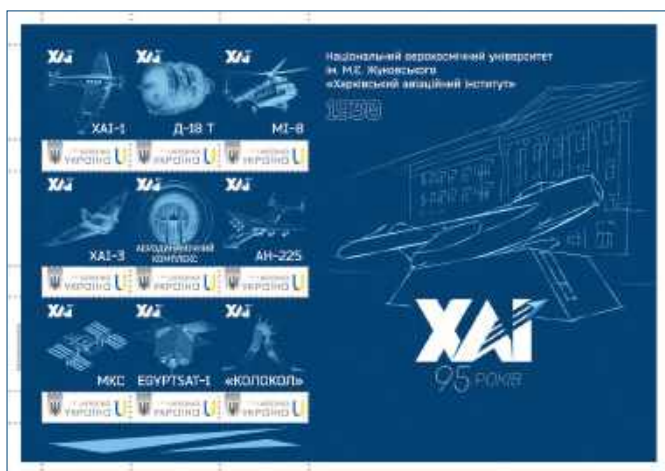
- Використання на публічних заходах, форумах, виставках, у повсякденній роботі та як частина візуальної ідентичності спільноти університету.
- Подарункова та представницька продукція
- Елемент внутрішньої культури бренду



Ручка з лого XAI біла, блакитна



Олівець з лого XAI



Марка (планшетка)

Марка (планшетка) в подарунковому конверті

Марка с конвертом погашена Укрпоштою



Косметичка велика з лого XAI



Парасоля з лого XAI напівтомат



Пляшка для води з лого XAI



Підставка для ручок з годинником



Чашка 95 річчя XAI

