



БРЕНДБУК

**БАЗОВАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ**



Платформа бренда (бренд-платформа) – общее смысловое поле бренда, описание уникальных отличительных свойств бренда (уникальное торговое предложение, уникальное эмоциональное предложение, целевая аудитория и т. д.), а так же совокупность его визуальных, имиджевых и маркетинговых атрибутов.

Название бренда

Базовая профессиональная образовательная организация (БПОО) – профессиональная образовательная организация, обеспечивающая поддержку функционирования региональных систем профессионального образования инвалидов и лиц с ОВЗ в субъектах Российской Федерации.

Миссия бренда

Миссия бренда – основная идея, замысел, положенный в основу построения бренда, имеющий следующие характеристики: базис для всех плановых решений организации; уверенность, что организация преследует сравнимые цели; сосредоточенность усилий работников на выбранном направлении; поддержки внешних участников.

Миссия бренда БПОО – мы вносим свой вклад в развитие общества равных возможностей, являясь координатором сети инклюзивного профессионального образования.

Сущность бренда

Сущность бренда – ведущая идея бренда, проходящая красной нитью через все каналы коммуникации.

Сущность бренда БПОО – единая точка навигации по региональной системе инклюзивного профессионального образования и последующего трудоустройства инвалидов молодого возраста.

Целевые сегменты бренда

Целевые сегменты бренда (целевая аудитория) – группы людей (организаций), которым адресован бренд, заинтересованные в его продуктах (услугах).

Целевые сегменты БПОО:

- Потребители (абитуриенты – инвалиды и лица с ОВЗ);
- Заинтересованные стороны и партнеры (родители/опекуны, ПОО-сетевые партнёры БПОО, социальные партнёры, работодатели).

Эмоциональное позиционирование бренда

Эмоциональное позиционирование бренда - нематериальные характеристики выгоды бренда для целевой аудитории.

Эмоциональное позиционирование для БПОО:

- Доверие.
- Открытость.
- Надежность.
- Отзывчивость.

Рациональное (функциональное) позиционирование бренда

Рациональное (функциональное) позиционирование бренда – объективные характеристики выгоды бренда для целевой аудитории.

Рациональное позиционирование для БПОО – практико-ориентированный эксперт в среде инклюзивного профессионального образования на закрепленной территории.

Видение бренда

Видение бренда – желаемый образ будущего объекта брендинга (организации, продуктов, услуг) в краткосрочной или долгосрочной перспективах.

Видение бренда БПОО – агрегатор сетевого взаимодействия профессиональных образовательных организаций, социальных и индустриальных партнеров для развития региональной системы инклюзивного профессионального образования и трудоустройства инвалидов молодого возраста.

Конституция (принципы) бренда

Конституция (принципы) бренда – приверженность ценностям, которые организация разделяет с целевой аудиторией.

Конституция бренда БПОО – мы обеспечиваем равные возможности профессионального развития каждого, устраняя барьеры, формируя инклюзивную культуру общества.

Слоган бренда

Слоган бренда – легко запоминающаяся фраза, отражающая основную идею бренда.

Слоганы БПОО:

- Навигатор в мире возможностей инклюзивного профессионального образования!
- Идущие рядом!
- Стирая грани и барьеры в развитии!
- Пространство равных возможностей!

Элементы фирменного стиля (айдентика)

Руководство по использованию айдентики БПОО и возможных способов его последовательной реализации.

Мы призываем Вас следовать изложенным в настоящем руководстве инструкциям по созданию рекламных макетов, информационных и визуальных материалов, чтобы сделать бренд БПОО ярким, сильным, запоминающимся и узнаваемым.

2.1. Логотип (варианты применения)

Вариант 1

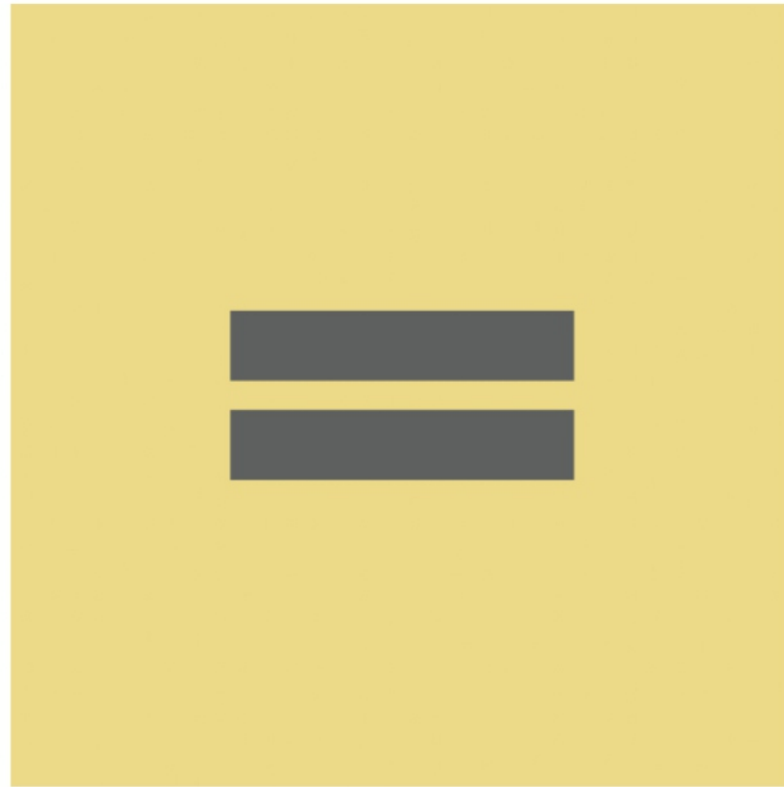


Вариант применения логотипа №1 рекомендуется использовать в качестве основного.

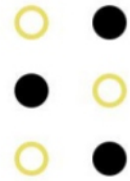
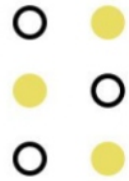
Вариант применения логотипа №2 с расшифровкой аббревиатуры БПОО - базовая профессиональная образовательная организация, рекомендуется при низком уровне осведомлённости целевой аудитории о деятельности, целях и задачах БПОО.

Вариант 2

2.1. Логотип и знак

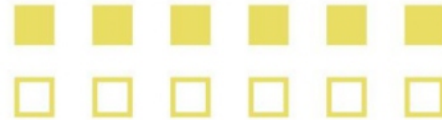
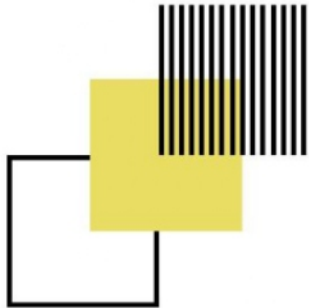


2.1. Паттерны



Паттерны - (англ. 'pattern — образец, шаблон, система) — понимается как повторяющийся шаблон или образец.

Данные элементы и группы элементов являются частью предлагаемой айдентики и используются во внутренней и внешней документации, а также в печатных и сувенирных материалах.

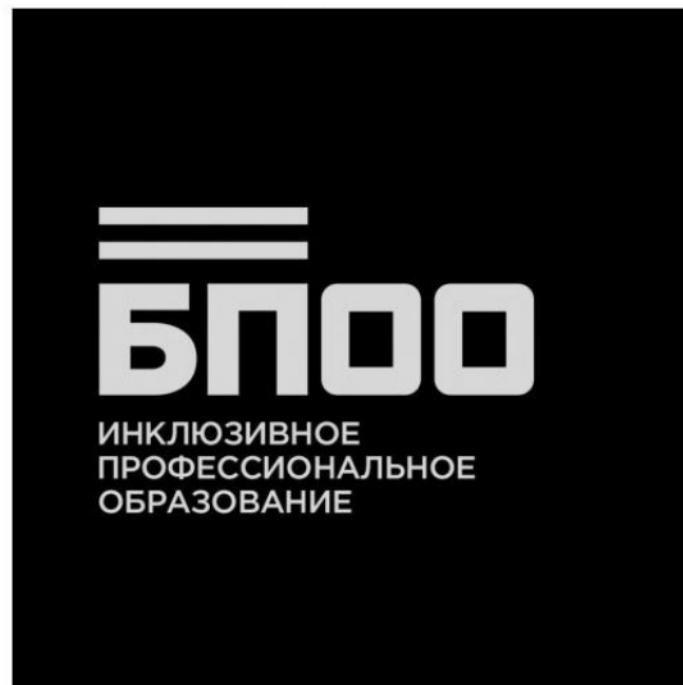


2.5. Цветовые версии логотипа



Приоритетным цветом для фона является фирменный желтый, черный и белый цвет. Необходимо следить за тем, чтобы изображение было контрастным.

2.6. Монохромная версия логотипа



Монохромную версию используют в случаях, когда невозможно применить цветную печать. При этом цветовая насыщенность в логотипе не воспроизводится.

2.12. Кобрендинг



Логотип для сетевых
партнеров

2.13. Кобрендинг



Документация БПОО

Корпоративная документация используется когда нужно донести основную информацию об организации - БПОО.

Визитка содержит контактную информацию о представителе организации, используется при личных встречах на форумах, общественных мероприятиях и т.д.

Для ежедневной работы рекомендуется использовать фирменные бланки.

Для передачи писем или бумаг предназначены конверты.

Ролл-ап



Шаблон презентации



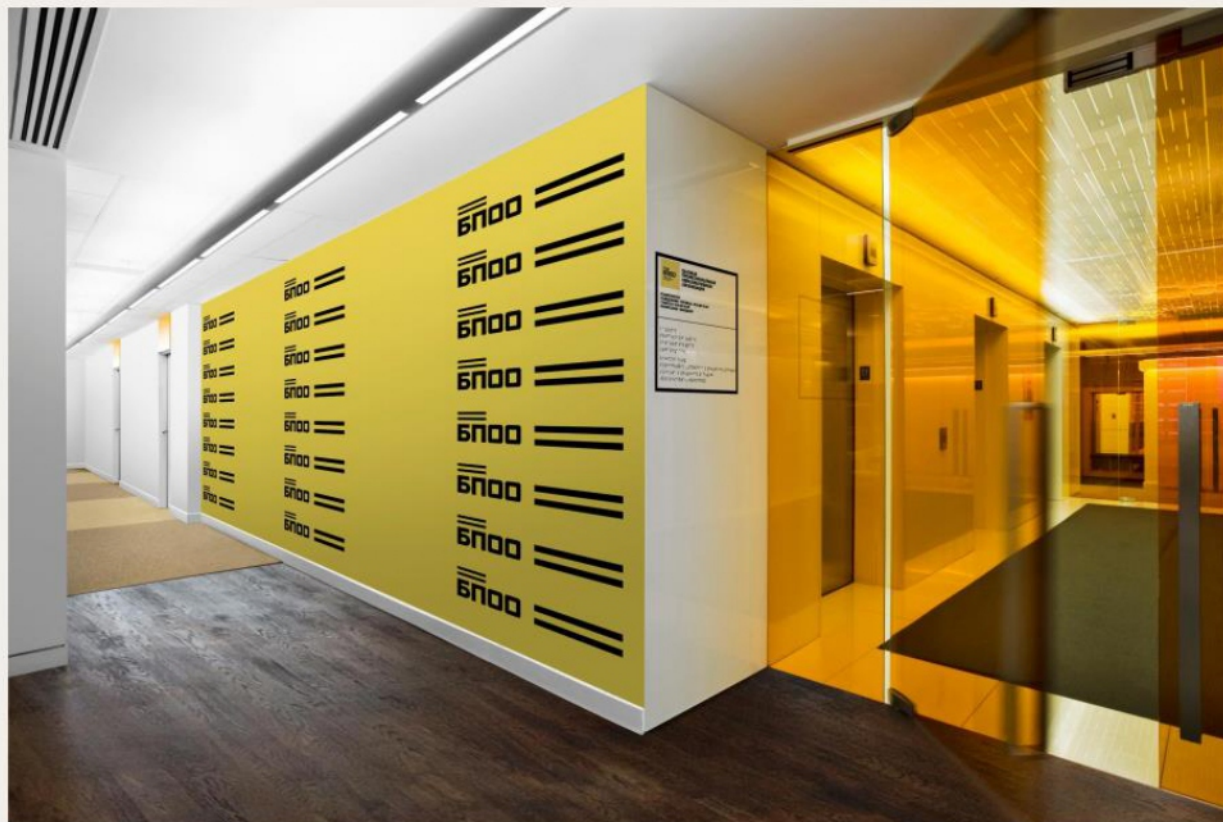
Базовая профессиональная образовательная организация

Иванов Иван Иванович,
директор

Табличка на вход



Пространство организации (вариант оформления)



Таблички



Стендовые плакаты



|||
БПОО

ИНКЛЮЗИВНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ

2020 ГОД