

PRIROČNIK CGP

ŠC 5

# KAZALO

---

## 1. DEL

Dediščina

Preoblikovanje

## 2. DEL

Celostna podoba

3	Logotip & Različice
	Varen prostor & Velikost
	Logotip & Barve
	Neppravilna uporaba znaka
	Tipografija
	Barvna paleta
	Slikovno gradivo

## 3. DEL

Primeri uporabe

4	Moodboard	14
5	Primeri uporabe	15
6		
7		
8		
9		
11		

# PREOBLIKOVANJE

---

## ZAKAJ

**Posodobitev obstoječega znaka je bila potrebna zaradi:**

- uporabe v novih medijih
- novih tehnologij in sodobnih trendov
- boljše prepoznavnosti
- poenotenja vseh 3 smeri v šolskem centru



## KAKO

**Posodobitev naj bi vključevala:**

- poenostavitev znaka in napisa
- element sodobnosti, ki je nad trendi
- element tehničnosti
- resnost za poslovno komuniciranje
- zapuščino - prepoznavne elemente obstoječega znaka

ŠC 5

## ZA KOGA

**Prenovljeni in posodobljeni novi znak naj bi odgovarjal predvsem 2 ciljnim skupinam:**

- dijakom (in njihovim staršem): generacija milenijci + Z gen
- podjetjem in poslovnejem: generacija milenijci



STARŠI - Milenijci 1980 - 1994  
DIJAKI - Z gen / IGen 1995 - 2012



Milenijci 1980 - 1994

## LOGOTIP

---



Logotip "ŠC 5" se brez napisa pojavi le redkokdaj. In sicer se lahko pojavi samo na tiskovinah ali medijih, ki so namenjeni **interni uporabi**.

V kolikor je komunikacija šolskega centra eksterna, je napis ob znaku obvezen.

## Z NAPISOM

---

Opcija 1



Šolski center za  
pošto, ekonomijo in  
telekomunikacije  
Ljubljana

Opcija 2



Šolski center za  
pošto, ekonomijo in  
telekomunikacije  
Ljubljana

Napis se ob logotipu lahko pojavlja **vertikalno** (opcija 1) ali **horizontalno** (opcija 2) - odvisno od oblike prostora, ki je na voljo. Vendar vedno v predpisanem razmerju, kot zgoraj.

**Izjema:** ob določenih priložnostih se napis lahko pojavi daleč stran od logotipa, vendar le, če je na isti strani in v kolikor sta napis in logotip edina elementa na strani (primer: str 15 desno, power point template).

## ZNAK

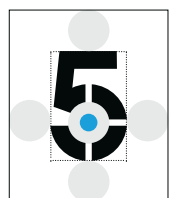
---



Znak "5" se sme uporabiti samo ob dveh priložnostih. Takrat, ko **ni dovolj prostora za uporabo celotnega znaka**. Primer: ikona na zavihku spletnema mesta.

In **v prihodnosti** - ko bo "Šolski center 5" postal dovolj prepoznaven z novim znakom.

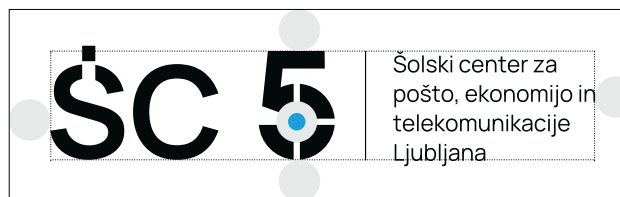
# VAREN PROSTOR



● Velikost kroga = krog znotraj številke 5

Da bi zagotovili čitljivost znaka in njegovo pomembnost, je potreben okoli znaka prazen, varen prostor. Varen prostor **izolira logotip** in preprečuje, da bi ostali elementi (kot so fotografija, črke ipd) posegali vanj in "kradli" pozornost.

Varno območje sega okoli celotnega logotipa in/ali znaka. **Velikost varnega območja je določena z notranjim krogom v številki 5**, kar ponazarja siv krog.



Varen prostor velja prav tako za logotip z napisom.

Še posebej je to pomembno pri napisu, da omogočimo boljšo berljivost.

# VELIKOST

š = 16 mm



š = 4 mm



š = 28 mm



š = 48 mm



Določena je najmanjša dovoljena velikost (širina), ko je znak z ali brez napisa dovolj čitljiv.

# LOGOTIP IN BARVE

Primarna uporaba - barvni znak



Barvne inačice



Enobarvni znak - črn / Pozitiv & Negativ



Enobarvni znak - moder / Pozitiv & Negativ



! Nedovoljeno oz. Priporočen izogib



**Črn znak z modro piko** je znak, ki se ga uporablja vedno in povsod, kjer je le to mogoče.

**Vse ostale inačice** (barvne ali enobarvne) se uporablja samo v posebnih primerih, kot so npr. vezenje na modro majico ipd.

**Na vsak način pa se izogibamo znaku na črni podlagi**, kjer je le to mogoče. Uporaba črne podlage ne deluje v skladu s predpisano smernico CGP, ki naj bi bila "sveža", "čista", "jasna". "svetla".

# NEPRAVILNA UPORABA

---

Logotip (z ali brez napisa) in znak se v nobenem primeru ne smejo spreminjati ali neprimerno uporabljati. **Primeri na desni kažejo nekaj primerov nepravilne uporabe:**

1 Ne uporabljajte črne podlage.

2 Ne povečujte, pomanjšujte oziroma ne spreminjajte napisa oz. razmerja med logotipom in napisom.

3 Ne uporabljajte za podlago fotografij ali drugih elementov, ki bi slabšali čitljivost znaka. Upoštevajte varen prostor!

4 Ne posegajte v varen prostor okoli znaka!

5 Ne ožajte ali raztegujte znaka ali napisa na kakršenkoli način - ne glede na stisko s prostorom.

6 Ne podlagajte znaka s sencami.

7 Ne rotirajte znaka - ne glede na kot stopinj. V posebnih primerih je dovoljen samo kot 90 st.

8 Ne spreminjajte barve pike znotraj številke 5, pa čeprav je barva znotraj določene barvne skale CGP. Dovoljena je samo primarna barva!



# TIPOGRAFIJA

---

Pisava, ki je določena v celostni podobi, **pomaga ohranjati močno prepoznavnost podobe** v različnih medijih, zato je konsistentna uporaba pisave ključnega pomena.

## PRIMARNA PISAVA

Vedno in v vseh tiskovinah se uporablja pisava **Metropolis**.

Družina Metropolis vsebuje širok nabor debelin in stilov - od "Extra Light" do "Black" in seveda vseh inačic v poševni pisavi.

**METROPOLIS** - v tiskovinah

**Aa**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

## WEB

Za uporabo na spletu se koristi **Google pisava Montserrat**, prav tako z velikim razponom inačic.

**MONTERRAT** - na spletu

**Aa**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

## MS OFFICE

Pisava **Calibri** pa se uporablja znotraj delovnega okolja Microsoft Office: Word, Excel ... in seveda Outlook.

**CALIBRI** - v MS Office in emailih

**Aa**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**

**ABCČDEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčdefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
(.,:;!@#\$\$%^&\*) 0123456789**



# BARVNA PALETA

---

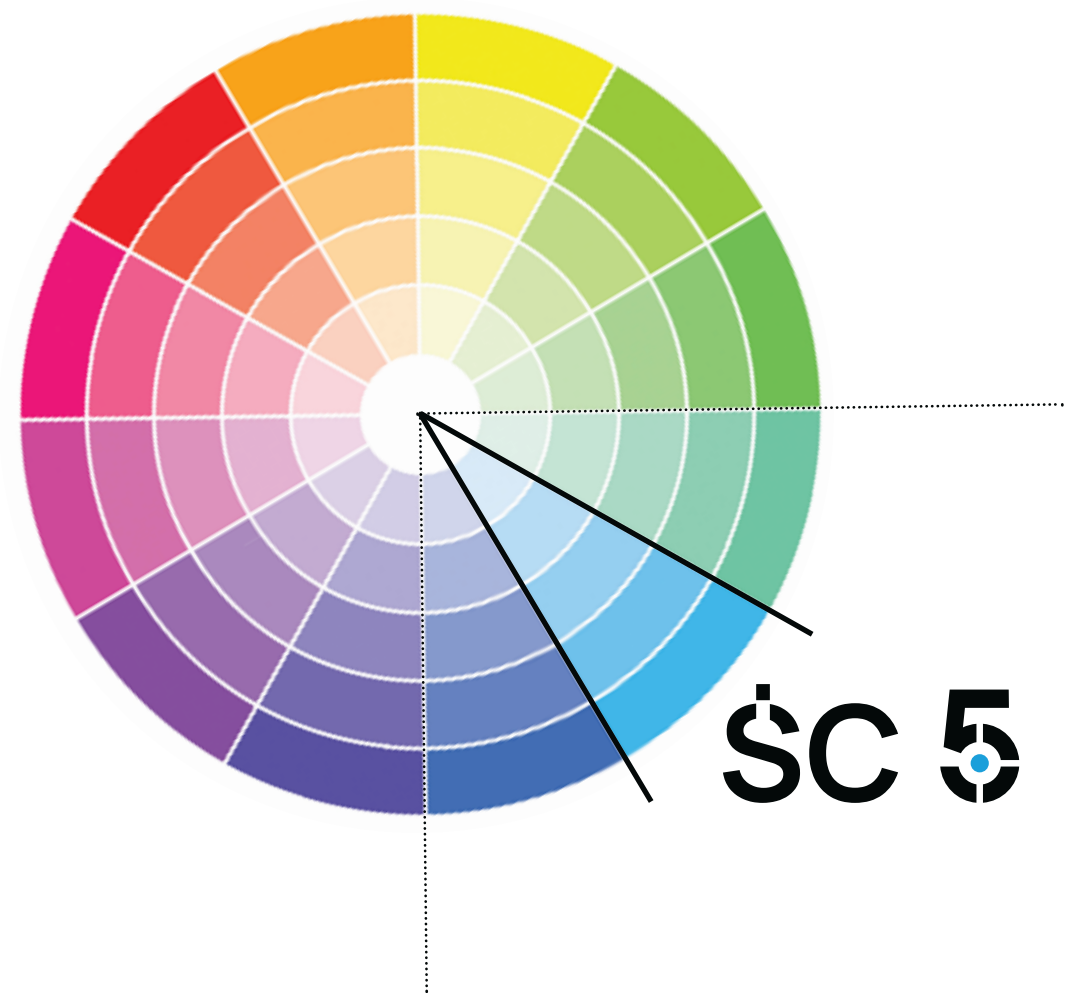
## PREGLED

Barvna paleta "ŠC 5" ima dva seta barv: primarnega in sekundarnega.

**Prepoznavnost - predvsem v poslovnem načinu komuniciranja - leži na primarni barvi skali.**

Da pa komunikacija ne bi bila enolična, se uporablja tudi **sekundarni barvni set**, sestavljen iz barv, ki na barvnem krogu ležijo levo in desno od primarne barve. Uporabljajo se predvsem za **splošno komuniciranje z javnostjo** (in dijaki).

Bela, črna ter nevtralna oz. obarvana siva, se tudi uporabljajo kot del barvne palete CGP "ŠC 5".



# BARVNA PALETA

## SPLOŠNO PRAVILO

Primarna barvna paleta ponuja veliko oblikovalskih možnosti glede uporabe razmerij med primarnimi barvami.

Zato je potrebno upoštevati določena pravila razmerij med barvami, da se konsistentno ohranja podoba "ŠC 5".

Napisani odstotki pri primarnih barvah pomenijo, da se jih upoštva samo kot približek. Splošno pravilo naj bi bilo, da vizualna podoba "ŠC 5" vsebuje **lahkotnost in svežino**, kar pomeni, da je vedno prevladujoča bela barva in ne npr. črna.

Napisani odstotki so torej samo splošno pravilo. Primeri uporabe so prikazani od strani 13 naprej.

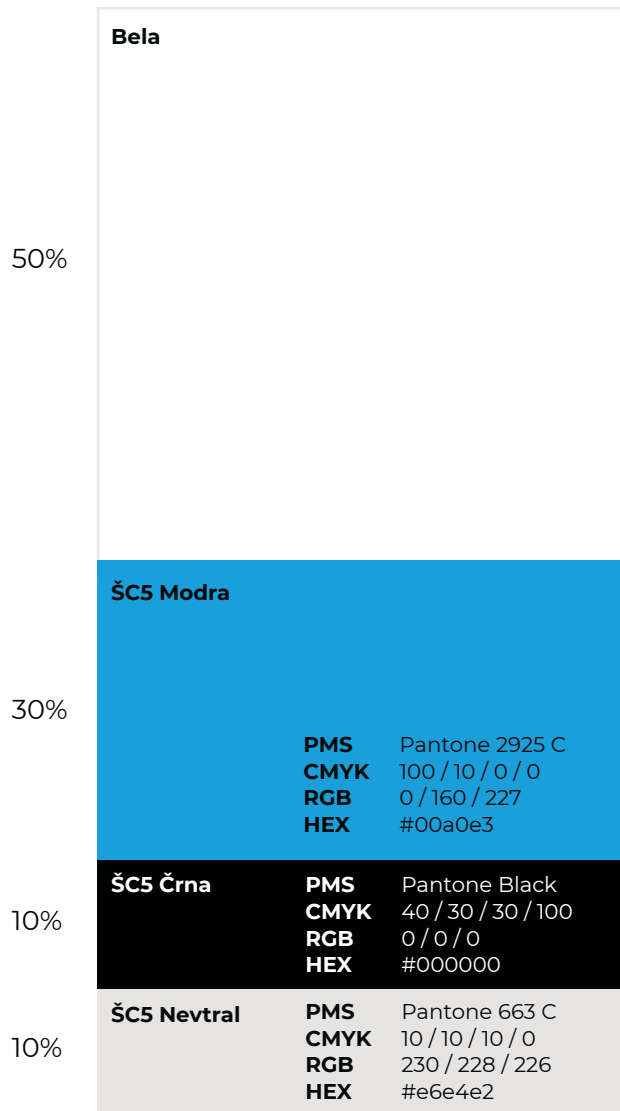
## UPORABA PRIMARNIH BARV

Za poslovno komuniciranje: vodstvo šole s poslovnimi uporabniki

## UPORABA SEKUNDARNIH BARV

Skupaj s primarnimi barvami - za splošno komuniciranje z javnostjo (in dijaki).

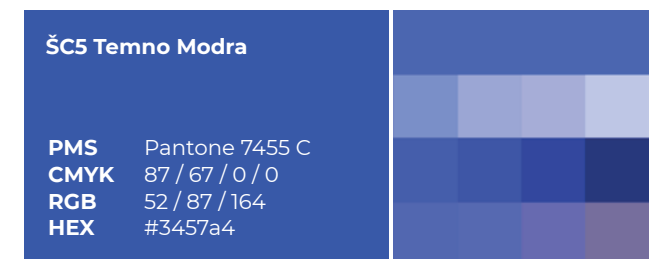
## PRIMARNE BARVE



## SEKUNDARNE BARVE

Sekundarne barve **niso točno določene**, saj se jih uporablja za razne barvne **prelive** in **transparence**, kjer je uporabljenih več odtenkov.

Definirani sta samo dve sekundarni barvi - tako imenovani **izhodiščni**, ki sta levo in desno od primarne modre barve na barvnem krogu (gl. str. 9).



# SLIKOVNO GRADIVO

## FOTOGRAFIJA

Fotografije pomagajo graditi prepoznavnost "Šolskega centra 5", vendar le pod pogojem, če so vizualno poenotene.

Glede na to, da šolske fotografije prihajajo od vseh, je pred objavo potrebna posebna obdelava za vizualno prepoznavnost.

**Uporabi se posebne filtre ali presete**, oziroma spodnje parametre v programu Photoshop:

1. LAYER - Original fotografija, kateri se zbiije saturacijo od -30 do -50 (odvisno od originala)
2. LAYER - Moder filter ustvari se layer modre barve #5079bc, transparentnost 34%, layer se spremeni iz "normal" v "color"

## PRAVILNA UPORABA



## ! NEPRAVILNA UPORABA



# SLIKOVNO GRADIVO

---



## BARVNE IZJEME

Fotografije so lahko barvne in brez uporabe filtrov le takrat, ko prikazujejo prostostoječo osebo, ki ima na sebi vsaj del prepoznavnih elementov CGP "ŠC 5".



## OBLIKA - KROG

Fotografije na naslovnica se vedno uporabljajo v obliki kroga, kar je dodaten prepoznavni element "Šolskega cntra 5".



## OBLIKA - PRAVOKOTNIK

Fotografije v notranjosti pa so lahko tudi pravokotne ali kvadratne.

# SLIKOVNO GRADIVO

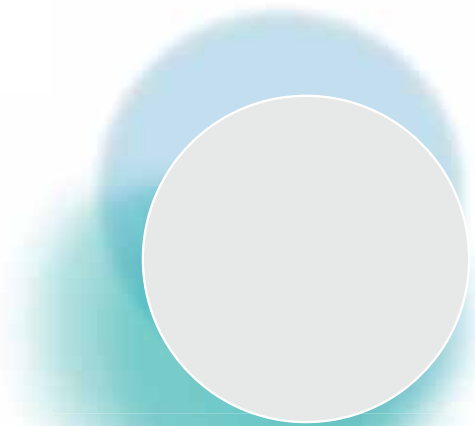
---

## ABSTRAKTNO SLIKOVNO GRADIVO

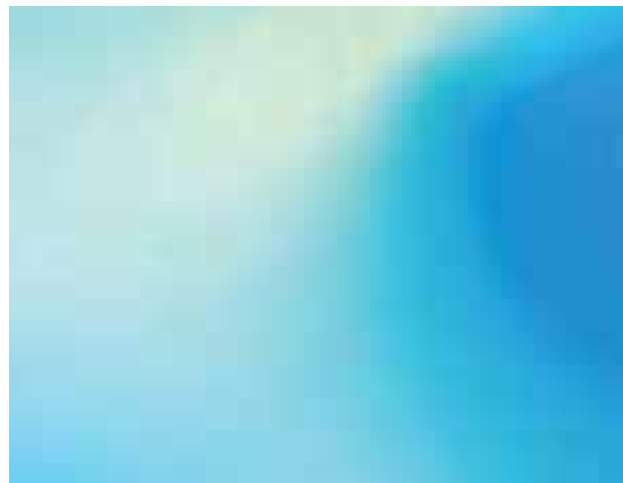
Abstraktno gradivo se uporablja kot del prepoznavnosti CGP v komuniciranju s splošno javnostjo.

### **Možnost uporabe slikovnega gradiva kot so:**

- transparenca barvnih krogov
- barvni prelivi (v ploskvi ali napisih)
- črni poudarki v obliki pravokotnikov, a le če zavzemajo do 10% površine)
- transparentni prekrivajoči se krogi kot podlaga za poudarek okrogle fotografije ipd.



**PROGRAM EKONOMSKI TEHNIK**



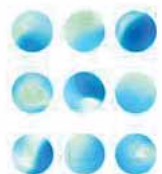
**EKONOMSKI  
TEHNIK**

# MOODBOARD

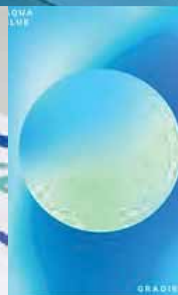
Občutek in izgled prepoznavnosti, ki ga želimo doseči ne glede na medij.

SC 5

Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije Ljubljana



# Hei!



## KLJUČNE BESEDE

Ključne besede, ki označujejo prepoznavnost  
Enostavno - Sodobno - Tehnično - Sveže

# PRIMERI UPORABE

---



Plakat - Šolski center 5



Power Point - Šolski center 5

# PRIMERI UPORABE

---



Zloženke - Srednja šola



Zloženke - Višja šola