

# Academia de Studii Economice din București



## Manual de Identitate Vizuală


2024

---

# Cuprins

---

<b>1. Introducere</b>	<b>3</b>	<b>8. Papetărie</b>	<b>33</b>
<b>2. Denumire Oficială</b>	<b>5</b>	<b>9. Electronice</b>	<b>44</b>
<b>3. Logo</b>	<b>7</b>	<b>10. Promoționale</b>	<b>48</b>
<b>4. Paleta de culori</b>	<b>15</b>		
<b>5. Tipografie</b>	<b>22</b>		
<b>6. Imagerie</b>	<b>26</b>		
<b>7. Supergrafic</b>	<b>29</b>		



---

# 1. Introdurre



## 1. Introducere

Identitatea vizuală reprezintă un cumul de elemente, tangibile și intangibile, relevante în proiecția misiunii, viziunii și valorilor brandului. Astfel, teritoriul vizual al brandului, fundamentat în percepția publicului, are o importanță majoră, iar necesitatea de a comunica unitar este implicită.

Prin crearea manualului de identitate vizuală se stabilește un punct solid de referință și se asigură un flux comunicațional eficient. Aplicarea corectă a normelor prevăzute generează o serie de beneficii de imagine cum ar fi coerența, continuitatea și profesionalismul. Misiunea acestuia este de a aduce toate elementele brandului într-un repertoriu estetic contemporan și unitar cu menținerea valorii componentelor brandului și de a corecta deficiențele de imagine cauzate de utilizarea incorectă sau inconsecventă a elementelor vizuale stabilite.

## Rolul manualului de identitate

Manualul se adresează structurilor didactice și administrative în activități care implică identitatea vizuală a Academiei de Studii Economice din București.

De asemenea, el deservește colaboratorii externi, implicați în proiectele brandului, în contextul utilizării de către aceștia a elementelor de identitate ale instituției. Manualul de identitate vizuală este un instrument de lucru, un set de standarde și reguli, instrucțiuni și recomandări pentru aplicarea coerentă și consecventă a elementelor de identificare în demersurile comunicaționale.

Pentru orice context de comunicare există prevederi în cuprinsul manualului. Este recomandat ca acestea să fie consultate, iar regulile și standardele stabilite să fie respectate întocmai. Acest instrument nu îngreșește, însă, eventuale inițiative comunicaționale ce vor putea fi întreprinse în cadrul flexibil pe care acesta îl prevede. Standardele prevăzute vor fi actualizate în funcție de potențiale modificări ale regulamentelor / procedurilor interne.

- Manualul de Identitate Vizuală a fost conceput de către **Serviciul Marketing și Comunicare (SMC)**.
- SMC revizuieste, actualizează și urmărește aplicarea corectă a elementelor legate de identitatea vizuală instituțională.
- SMC asigură îndrumare și consultanță privind aplicarea elementelor strategiei instituționale de comunicare și marketing pe care o coordonează.
- SMC alcătuiește și pune la dispoziția celor interesați kit-ul media atât pe site, cât și la adresa de email **comunicare@ase.ro**

---

## 2. Denumire Oficială



## 2. Denumire Oficială

Numele Universității este un element de identitate fundamental și este important ca acesta să fie utilizat în forma sa corectă, astfel încât instituția noastră să fie identificată ușor și clar de către public.

Cele trei forme de scriere acceptate în limba română sunt **ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI**, **Academia de Studii Economice din București** și **ASE**.

Pentru limba engleză formele acceptate sunt **BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC STUDIES (ASE)** și **Bucharest University of Economic Studies (ASE)**.

Abrevierea oficială în limba engleză este **ASE**.

## Numele Universității

### Variante Corecte

- ✓ **ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI**
- ✓ **Academia de Studii Economice din București**
- ✓ **ASE (abrevierea oficială)**
- ✓ **BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC STUDIES (ASE)**
- ✓ **Bucharest University of Economic Studies (ASE)**

### Variante Incorecte

- ✗ **ASE București**
- ✗ **ASE din București**
- ✗ **BUES**

---

# 3. Logo



### 3. Logo

Logo-ul este un pachet compozițional asupra căruia nu trebuie intervenit din punct de vedere vizual.

Logo ul reprezinta o stilizare a cornului abundenței din Aula Magna, situat deasupra picturii murale realizată de Cecilia Cuțescu Storck.

Din logo-ul vechi de mai jos s-au păstrat laurii care au fost introduși în cornul abundenței.

#### Ce este un LOGO?

Un logo este o reprezentare vizuală unică a unei mărci sau organizații, care combină în mod strategic trei elemente esențiale: **simbolul**, **monograma** și **descriptorul**.

**Simbolul** este o imagine sau un grafic distinctiv care captează esența și valorile brandului, fiind ușor de recunoscut și memorat. Acesta poate fi abstract sau figurativ și este menit să genereze o conexiune vizuală instantanee cu brandul.

**Monograma** constă în una sau mai multe litere, de obicei inițialele numelui brandului, stilizate într-un mod unic și creativ. Monogramele sunt adesea folosite pentru a crea o identitate vizuală simplificată și elegantă.

**Descriptorul** este o componentă textuală care oferă informații suplimentare despre brand, cum ar fi numele complet al companiei. Acesta ajută la clarificarea și contextualizarea simbolului și monogramei, asigurând că mesajul complet al brandului este transmis eficient.

### Logo





### 3. Logo

Este de preferat ca logo-ul instituției să fie folosit pe un fundal alb.

În cazul în care situația cere ca fundalul să fie unul închis la culoare, se va folosi varianta negativă a logo-ului.

### Pozitiv și negativ



Logo-ul folosit pe fundal pozitiv



Logo-ul folosit pe fundal negativ

### De ce pozitiv & negativ?

În realizarea unui logo pentru o companie sau brand, este esențial să se ia în considerare utilizarea acestuia pe diferite fundaluri pentru a asigura vizibilitatea și impactul maxim. Un logo pe fundal alb necesită o abordare simplificată și curată. Culoarele utilizate în logo ar trebui să fie mai închise sau mai intense pentru a crea un contrast puternic și a face logo-ul ușor de recunoscut. De asemenea, se recomandă evitarea nuanțelor deschise, deoarece acestea se pot pierde pe un fundal alb. În acest context, detaliile fine și fonturile trebuie să fie clare și bine definite pentru a menține lizibilitatea și profesionalismul logo-ului.

Pe de altă parte, utilizarea unui logo pe un fundal închis impune utilizarea unor culori mai deschise sau chiar variante inversate ale logo-ului original. Acest lucru asigură un contrast adecvat, făcând logo-ul vizibil și distinctiv. Este important ca elementele și textul logo-ului să fie bine conturate și să nu se piardă în fundalul întunecat.

### 3. Logo

Este de preferat ca logo-ul instituției să fie folosit pe un fundal alb.

În funcție de spațiul în care este poziționat, logo-ul cu descriptor poate fi folosit în următoarele moduri exemplificate alăturat, pentru limba română, respectiv pentru limba engleză.

Adesea, termenii 'logo' și 'sigla' sunt folosiți în mod interschimbabil, ceea ce poate genera confuzie în rândul utilizatorilor. În contextul brandingului, 'logo' desemnează o compoziție grafică ce combină simboluri, culori și tipografie pentru a crea o identitate vizuală unică și memorabilă a unui brand, pe când 'sigla' se referă în mod specific la un element vizual sau la un simbol distinctiv ce poate face parte din logo, dar poate exista și independent, pentru a reprezenta marca într-un mod simplificat.

Este important de reținut că, orice solicitare venita către Departamentul de Marketing privind 'sigla' va fi tratată prin furnizarea logo-ului complet.

### Logo cu descriptor

Variante de logo cu descriptor acceptate în limba română



varianta 1



varianta 2



varianta 3

Variante de logo cu descriptor acceptate în limba engleză

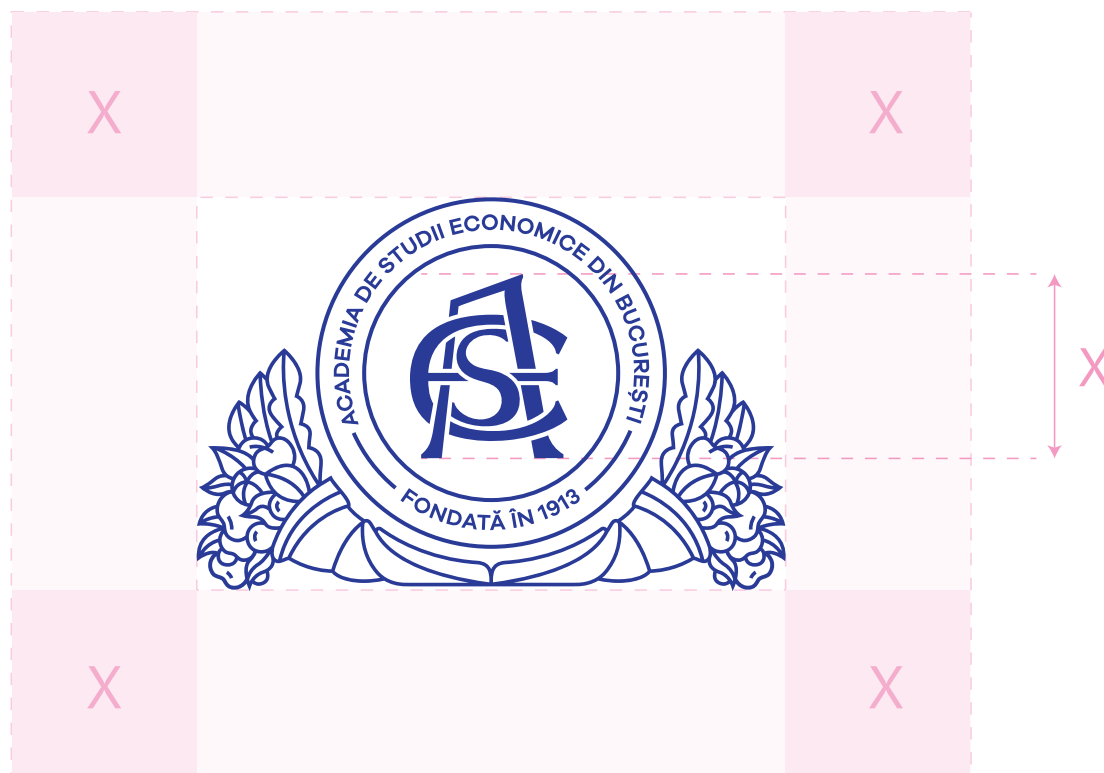


### 3. Logo

Trebuie să existe întotdeauna suficient spațiu în jurul logo-ului pentru a evita concurența cu alte elemente grafice și pentru a menține impactul vizual.

Spațiul minim recomandat în jurul logo-ului este relativ la dimensiunea acestuia și este egal cu înălțimea monogramei.

### Spațiul liber minim admis



### 3. Logo

În versiunile printate, lățimea minimă acceptată a logo-ului este de 27 mm.

În aplicațiile digitale lățimea logo-ului nu trebuie să fie mai mică de 170 px.

Notă:

- Pe toate materialele promoționale dimensiunea minimă utilizată va fi de **27 mm**.
- Pe tricourile care permit dimensiunea minimă de 27 mm se va utiliza **LOGO ASE**.
- Pe cele care nu permit dimensiunea minimă de 27 mm se va utiliza **MONOGRAMA** sau **ase.ro**

### Dimensiuni minime acceptate



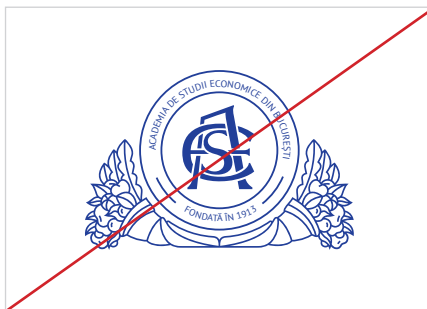
27 mm / 170 px

### 3. Logo

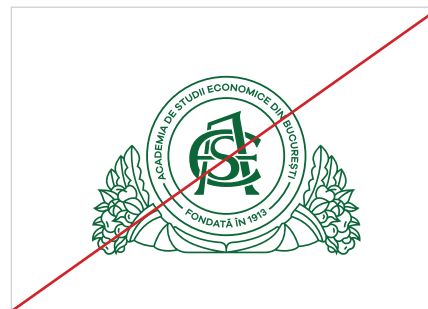
Logo-ul ASE este o marcă comercială înregistrată și nu poate fi modificată în niciun fel.

Următoarele exemple nu sunt permise.

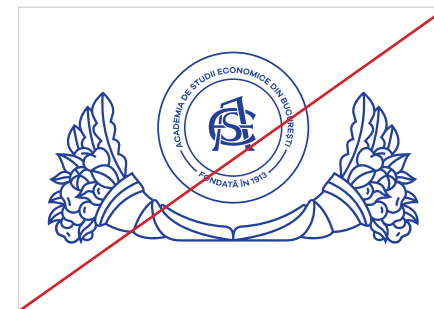
### Utilizări incorecte



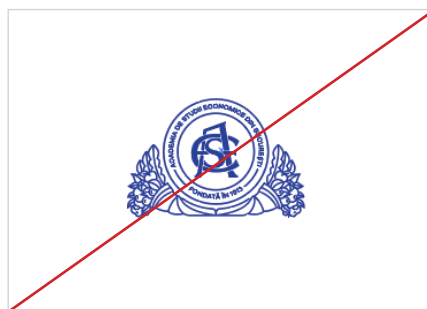
Nu folosiți alte fonturi



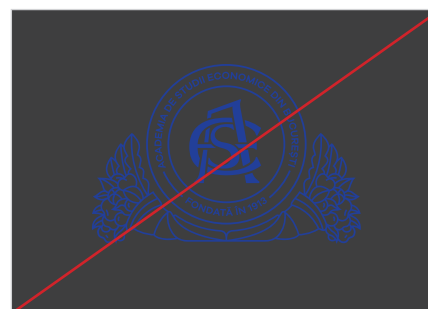
Nu schimbați culoarea logo-ului în alte culori care nu se regăsesc în regulile cromatice ale identității



Nu modificați raportul de mărime între elementele logo-ului



Nu reproduceți logo-ul la o calitate slabă



Nu folosiți logo-ul acolo unde este insuficient contrast cu fundalul



Nu folosiți logo-ul peste poze care pot îngreuna lizibilitatea acestuia

### 3. Logo

Monograma este formată din literele “A”, “S” și “E” și reprezintă forma redusă a logo-ului nostru.

Aceasta va fi utilizată, cu excepție, doar atunci când spațiul pentru logo este mai mic de 27 mm.

Vezi exemple la pagina 49.

### Monograma (forma compactă din logo)



Monograma folosită în varianta pozitivă



Monograma folosită în varianta negativă

---

# 4. Paleta de culori



## 4. Paleta de culori

Folosirea frecventă a câmpului cromatic principal contribuie la creșterea coerenței și consecvenței identității vizuale.

### 4.1. Culori principale

<b>ALBASTRU</b>	<b>PANTONE</b> 2736C	<b>CMYK</b> 100 / 90 / 0 / 0	<b>RGB</b> 34 / 64 / 154	<b>HEX</b> #22409a
<b>ALB</b>		<b>CMYK</b> 0 / 0 / 0 / 0	<b>RGB</b> 255 / 255 / 255	<b>HEX</b> #ffffff
<b>GRI DESCHIS</b>	<b>PANTONE</b> Cool Grey 5	<b>CMYK</b> 0 / 0 / 0 / 38	<b>RGB</b> 155 / 155 / 155	<b>HEX</b> #9b9b9b
<b>GRI ÎNCHIS</b>	<b>PANTONE</b> Cool Grey 11	<b>CMYK</b> 0 / 0 / 0 / 80	<b>RGB</b> 85 / 86 / 90	<b>HEX</b> #4a4a4a
<b>NEGRU</b>		<b>CMYK</b> 0 / 0 / 0 / 100	<b>RGB</b> 0 / 0 / 0	<b>HEX</b> #000000



## 4. Paleta de culori

Paleta de culori secundare a fost selectată pentru a completa și pentru a intensifica culorile primare ale brandului.

Acestea pot fi folosite pentru mediul online, pentru prezentări și statistici sau elemente adiacente celor principale.

## 4.2. Culori secundare

<b>PANTONE</b> 220 C	<b>CMYK</b> 0 / 100 / 12 / 27	<b>RGB</b> 172 / 0 / 77	<b>HEX</b> #ac004d
<b>PANTONE</b> 520 C	<b>CMYK</b> 75 / 100 / 0 / 6	<b>RGB</b> 103 / 46 / 108	<b>HEX</b> #672e6c
<b>PANTONE</b> 375 C	<b>CMYK</b> 47 / 0 / 100 / 0	<b>RGB</b> 148 / 210 / 10	<b>HEX</b> #94d60a
<b>PANTONE</b> 362 C	<b>CMYK</b> 75 / 0 / 90 / 2	<b>RGB</b> 102 / 153 / 51	<b>HEX</b> #669933
<b>PANTONE</b> 326 C	<b>CMYK</b> 78 / 0 / 37 / 0	<b>RGB</b> 0 / 175 / 171	<b>HEX</b> #00afab
<b>PANTONE</b> 328 C	<b>CMYK</b> 100 / 0 / 56 / 34	<b>RGB</b> 0 / 113 / 102	<b>HEX</b> #007166
<b>PANTONE</b> 110 C	<b>CMYK</b> 0 / 17 / 74 / 17	<b>RGB</b> 217 / 180 / 81	<b>HEX</b> #D9B451

#### 4. Paleta de culori

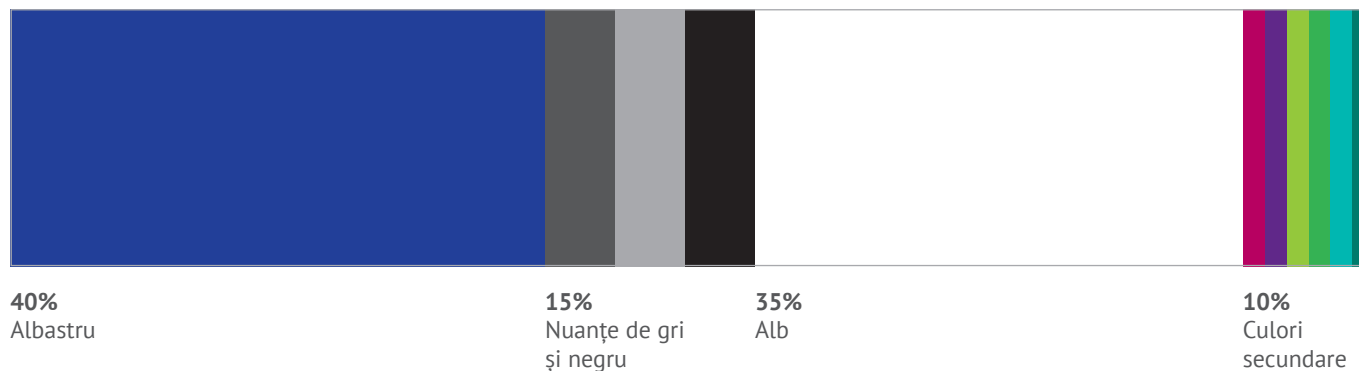
Construcția unui layout impune ca proporția de utilizare a culorilor să difere.

Deoarece albastrul este culoarea definitorie a brandului, este important că acesta să fie utilizat cât mai mult posibil pentru un impact vizual mai mare.

Albul trebuie să ocupe o proporție de 35% pentru a oferi un aspect curat și aerisit

Culorile secundare pot fi utilizate pentru a scoate în evidență niște informații care necesită o atenție deosebită.

#### 4.3. Utilizarea proporțională a culorilor



#### 4. Paleta de culori

Pe lângă varianta cromatică principală a logo-ului, acesta poate fi folosit și în instanțele cromatice exemplificate în cazul unui context special, precum Gala Excelenței în ASE, manifestări aniversare, ș.a.

Culoarea Pantone 110C (auriu) se folosește în corespondența specială care circulă în exterior și pentru situații excepționale și este semnată de Rectorul Universității.

#### 4.4. Culori acceptate pentru logo



#### 4. Paleta de culori

În cazul utilizării logo-ului într-un context special acesta poate fi aplicat pe un fundal derivat din cromatica specificată în pagina anterioară.

Notă:  
Pentru versiunea aurie consultă capitolul 4. Paleta de culori. 4.2. Culori secundare.

#### 4.5. Potrivirea culorilor



#### 4. Paleta de culori

Se recomandă aplicarea logo-ului în variantele alb-negru în raport cu fundalurile contrastante pentru a se păstra un grad ridicat de lizibilitate.

Culorile din fundal trebuie să fie apropiate sau declinate atât din paleta cromatică principală, cât și din cea secundară, pentru a se menține o integritate vizuală a identității.

#### 4.6. Variante de fundal și logo



Pe fundalurile deschise se va folosi varianta de culoare neagră a logo-ului.



Pe fundalurile închise se va menține contrastul prin folosirea logo-ului negativ (alb).

---

# 5. Tipografie



---

## 5. Tipografie

---

PT Sans este un tip de literă destinat utilizării într-o gamă variată de aplicații.

Design-ul său combină aparențele conservatoare tradiționale cu o notă umanistă prin caracterele sale echilibrate și prietenoase.

---

### 5.1. Font principal

---

#### PT Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'

#### *PT Sans Regular Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'*

#### PT Sans Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'**

#### *PT Sans Bold Italic*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'***

## 5. Tipografie

Acest tip de literă se manifestă corect din punct de vedere al lizibilității atât în cazul unui titlu supradimensionat, cât și în cazul blocului de text de 10pt.

La dimensiuni mai mici de 8pt se recomandă doar utilizarea greutății Regular sau Italic pentru o mai bună lizibilitate.

## 5.2 Exemple de utilizare

# Titlu setat în PT Sans Bold. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

PT Sans Bold  
31 pt  
Leading: 33 pt

*Subtitlu setat în PT Sans Regular Italic. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Ed ut di consedi nobit harumquam quae ped ut venis ulluptatur?*

PT Sans Regular Italic  
16 pt  
Leading: 19 pt

Corp de text setat în PT Sans Regular. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Ed ut di consedi nobit harumquam quae ped ut venis ulluptatur? Iqui omnis aut fugitinverum fugitione nam cum ipsunt et aut volut am quatio ius sum explatem et ma nusapernatis sequis as mi, temossin nectior mi, quisquam niet et quiscium et et harcimporro et volor atur? Qui sum fuga. Xerum quibusa metur, inveliquiam quias dolorero ex exceperspe mod untotatum hicia volum abore dolor sincien dandantem et atur? Am, vernati te pe parum rerit quatur? Quiberu ptatae. Sedigenis id quunt et, saest, explacc ullitat officiisqui voluptas veruntur? Qui unt ut omnisqu ossit, cuptinum, quibus aut re dolorepe consequam fugit, nectas a doluptatur, et fugia non corendita inihillorio te volupti orpore, quiberum aliquo te dolupti umenim erferuntessi que pro magnihit lacepero que vendae.

PT Sans Regular  
12 pt  
Leading: 14 pt



---

## 5. Tipografie

---

Ca tip de literă secundar s-a ales Arial, deoarece este echilibrat și se aseamănă cu PT Sans din punct de vedere al categoriei de Sans Serif.

Arial este implementat pe orice sistem de operare, fie Windows sau Mac OS, așadar acest lucru elimină posibilitatea unei incoerențe asupra utilizării font-ului de sistem.

---

### 5.3. Font de sistem

---

#### Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy<sup>z</sup>ăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'

#### *Arial Regular Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy<sup>z</sup>ăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'*

#### Arial Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy<sup>z</sup>ăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'**

#### *Arial Bold Italic*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy<sup>z</sup>ăâșîț  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZĂÂȘÎȚ  
0123456789,./;'***

---

# 6. Imagerie



## 6. Imagerie

Imageria este o modalitate puternică prin care putem să transmitem un mesaj și să ne aliniem identității vizuale generale.

Imageria în branding este esențială pentru a crea o imagine unitară și consistentă a brandului în mintea consumatorilor.

Ea ajută la diferențierea brandului de competiție, la construirea unei legături emoționale cu publicul și la crearea unei identități vizuale puternice care poate fi ușor recunoscută și reținută.

\*imageria exemplificată are caracter generic.

### 6.1. Imagerie



## 6. Imagerie

Pentru o utilizare a imageriei care să urmeze principiile de funcționare corecte se vor evita variantele interzise exemplificate.

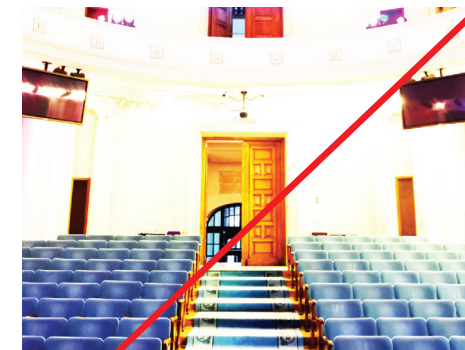
### 6.2. Utilizări incorecte



Nu disproporționați.



Nu aplicați elemente care împiedică lizibilitatea.



Nu folosiți filtre de editare exagerate.

---

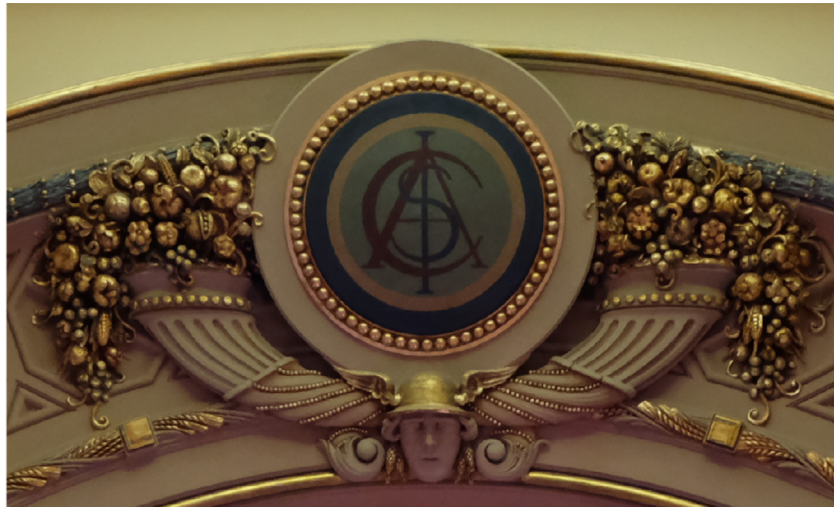
# 7. Supergrafic



## 7. Supergrafic

Supergraficul este inspirat din simbolul cornului abundenței, care se găsește pe decorațiunea murală din interiorul palatului ASE, respectiv din Aula Magna.

### 7.1. Introducere



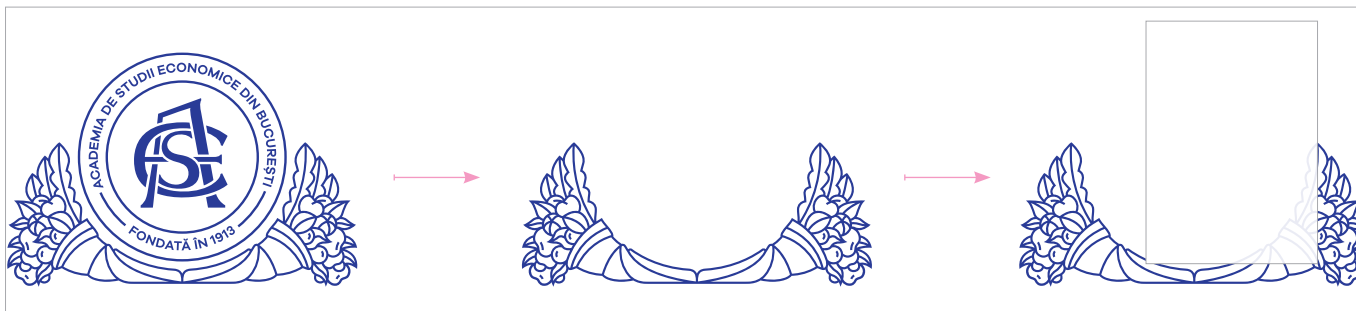
## 7. Supergrafic

Supergraficul a fost creat prin utilizarea tehnicii de „powerclip” pe partea dreaptă a simbolului cornului abundenței. Procesul a implicat selectarea și izolarea acestei secțiuni specifice a simbolului, pentru a o integra într-un design mai amplu, transformând-o într-un element grafic distinct și versatil.

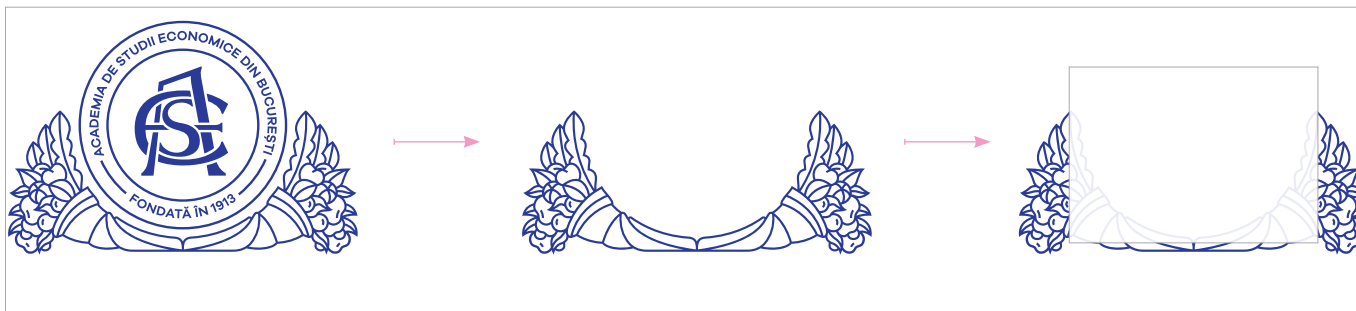
Prin aplicarea powerclip-ului, partea dreaptă a cornului abundenței a fost introdusă într-o formă sau contur predefinit, permițând astfel adaptarea acestui simbol într-o varietate de contexte vizuale.

Această tehnică a asigurat că supergraficul păstrează elementele esențiale și recunoscutibile ale simbolului original, dar în același timp poate fi redimensionat, recolorat și combinat cu alte elemente de design pentru a servi multiple scopuri în materialele de branding.

### 7.2. Mod de formare



Supergraficul agreat pentru utilizare comună.



Supergraficul agreat pentru utilizare pe coperti.

## 7. Supergrafic

Se va utiliza poziționat în dreapta compoziției.

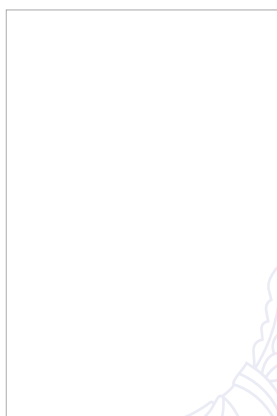
Se folosește cu o opacitate de 10% și are variantele pozitiv (alb) și negativ (albastru) - vezi exemplul de la nr.7

Pentru folosirea împreună cu imaginea se recomandă o opacitate de 25% (vezi exemplul prisme).

Potrivirea dimensiunii supergraficului este dictată de volumul informațional destinat ariei de interes. Pentru varianta în care se folosește cu imagine e recomandat să se folosească dimensiunea cât mai mare, cu frunza ușor dezlipită pentru efect imagistic accentuat (3).

Variantele 4, 5 respectiv 6 sunt variante ale supergraficului agreate pentru utilizarea în format landscape. Mai exact varianta 6 se folosește pe coperti, varianta 4 pentru pagini simple, iar varianta 5 se poate utiliza pentru separatoare de capitole.

## 7.3. Mod de utilizare



1



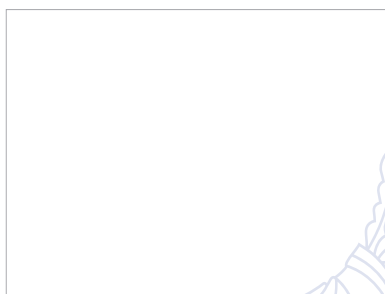
2



3



3 (exemplu)



4



5



6



7



---

# 8. Papetărie



## 8. Papetărie

### Format:

90 x 50 mm

### Culori:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

### Font:

PT Sans Regular, PT Sans Bold, PT Sans Italic

### Hârtie:

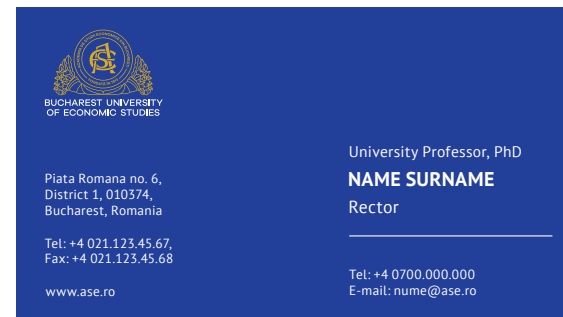
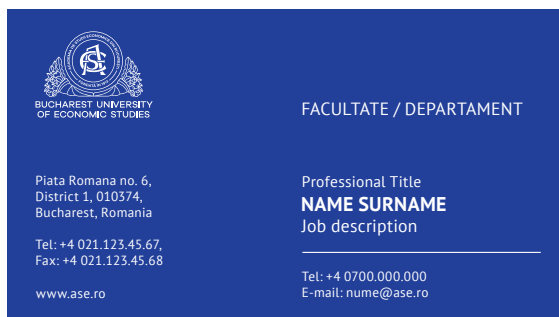
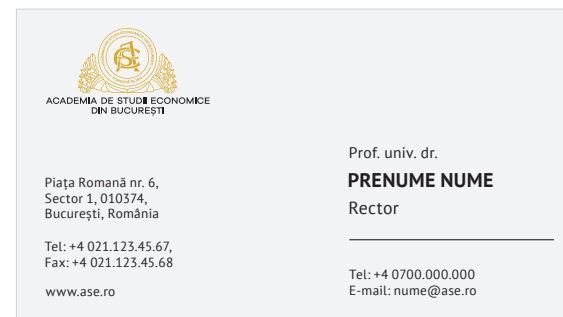
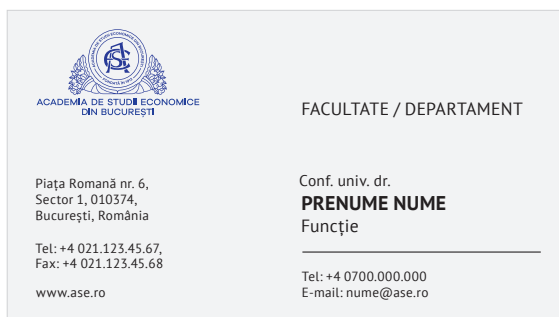
Față: Arjowiggins Creative Papers -> Keaycolour Snow White 300g

Verso: Arjowiggins Creative Papers -> Keaycolour Snow White 300g

**Față (alb):** Română, print digital

**Spate (albastru):** Engleză, print digital

## 8.1. Cărți de vizită & badge-uri



Facultate/Structură administrativă

Rector



Model Badge



Model Badge Vizitator

## 8. Papetărie

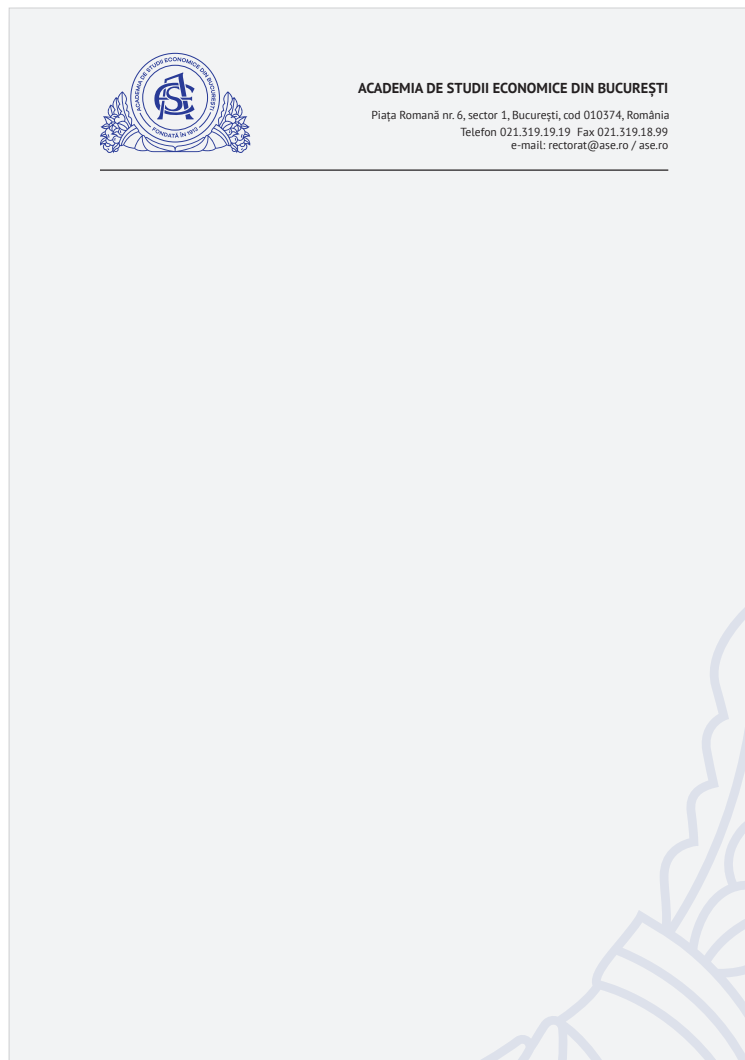
Acest antet este cel care se tipărește în format fizic pe o hârtie specială.

**Format:**  
210 x 297 mm

**Culori:**  
Negru: CMYK: 0/0/0/80

**Font:**  
PT Sans Regular

## 8.2. Antet instituțional



## 8. Papetărie

### Format:

210 x 297 mm

### Culori:

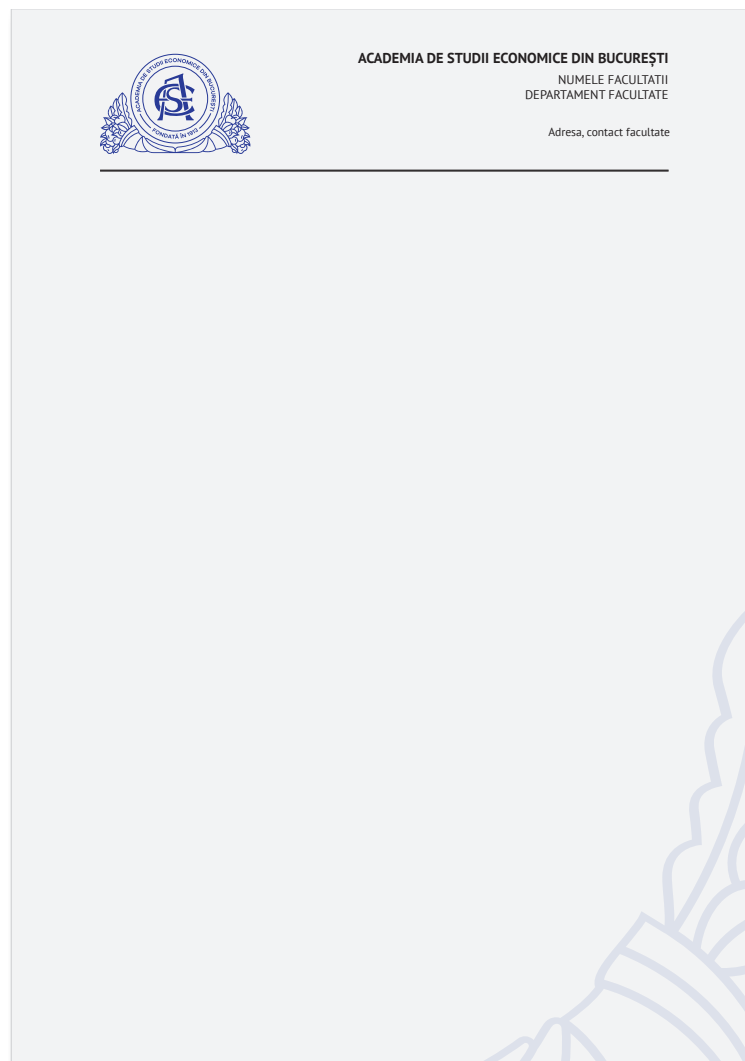
Negru: CMYK: 0/0/0/100

Albastru: CMYK: 100/90/0/0

### Font:

PT Sans Regular

## 8.3. Antet facultate/structuri administrative



## 8. Papetărie

### Format:

220 x 110 mm

### Culori:

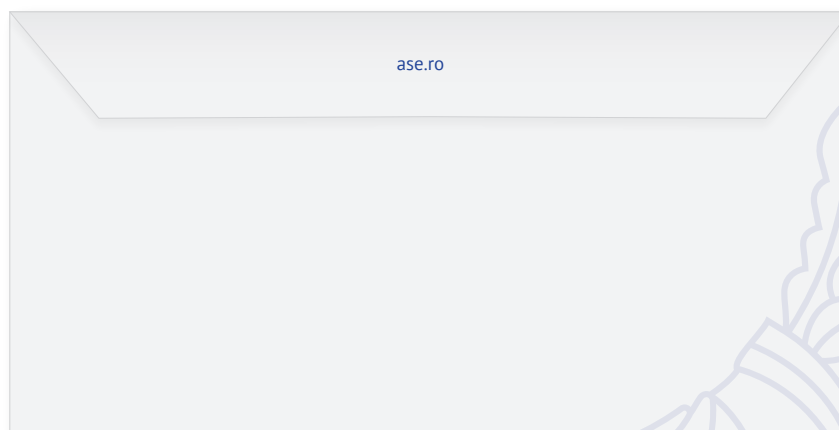
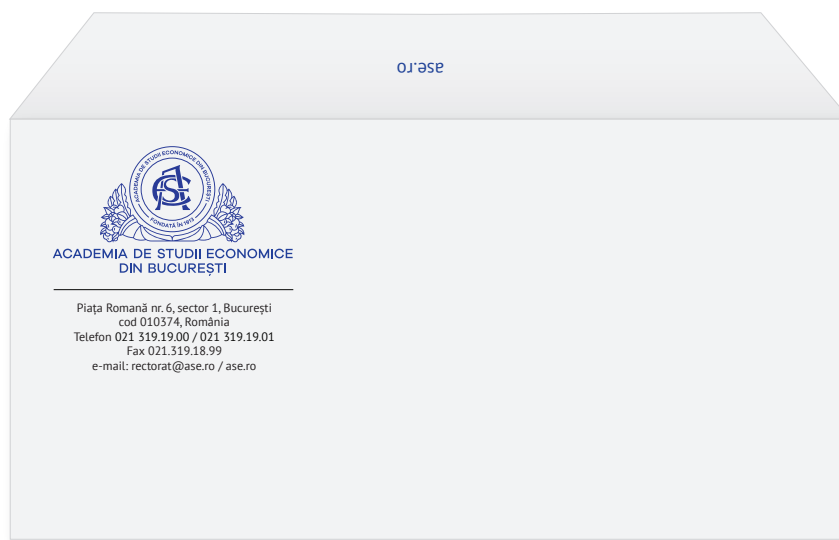
Negru: CMYK: 0/0/0/100

Albastru: CMYK: 100/90/0/0

### Font:

PT Sans Regular

## 8.4. Plic DL



## 8. Papetărie

### Format:

229 x 324 mm

### Culori:

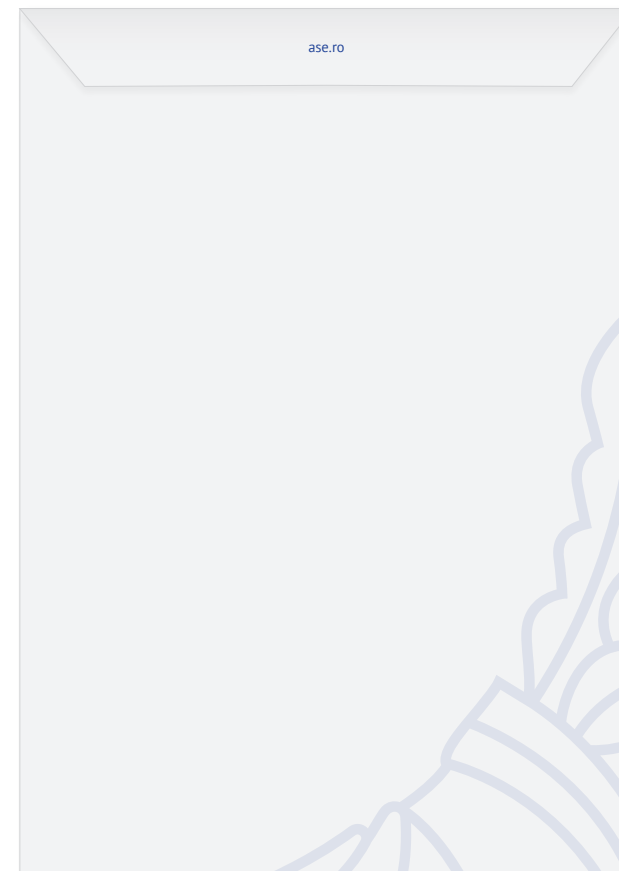
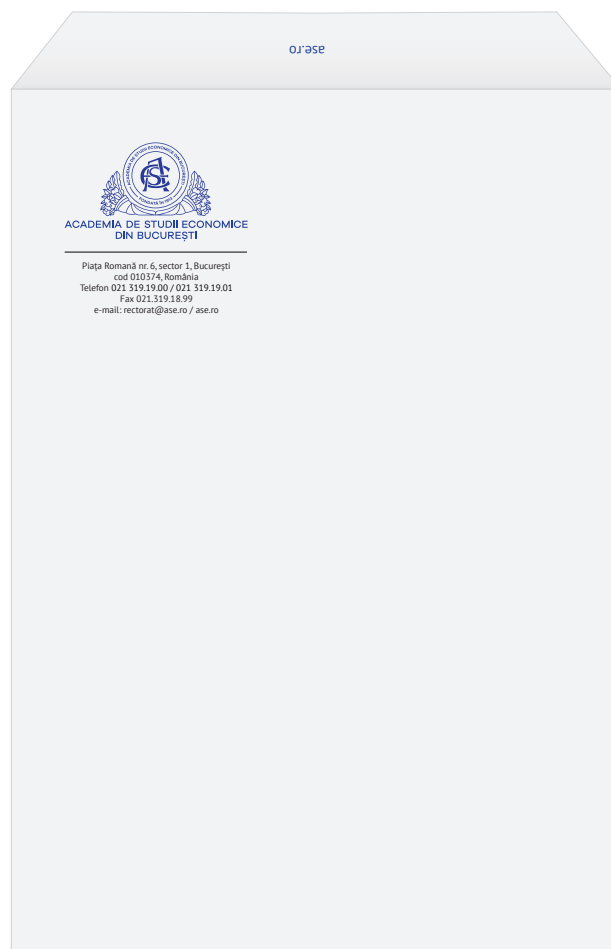
Negru: CMYK: 0/0/0/100

Albastru: CMYK: 100/90/0/0

### Font:

PT Sans Regular

## 8.5. Plic C4



## 8. Papetărie

### Format:

310 x 218 mm

### Culori:

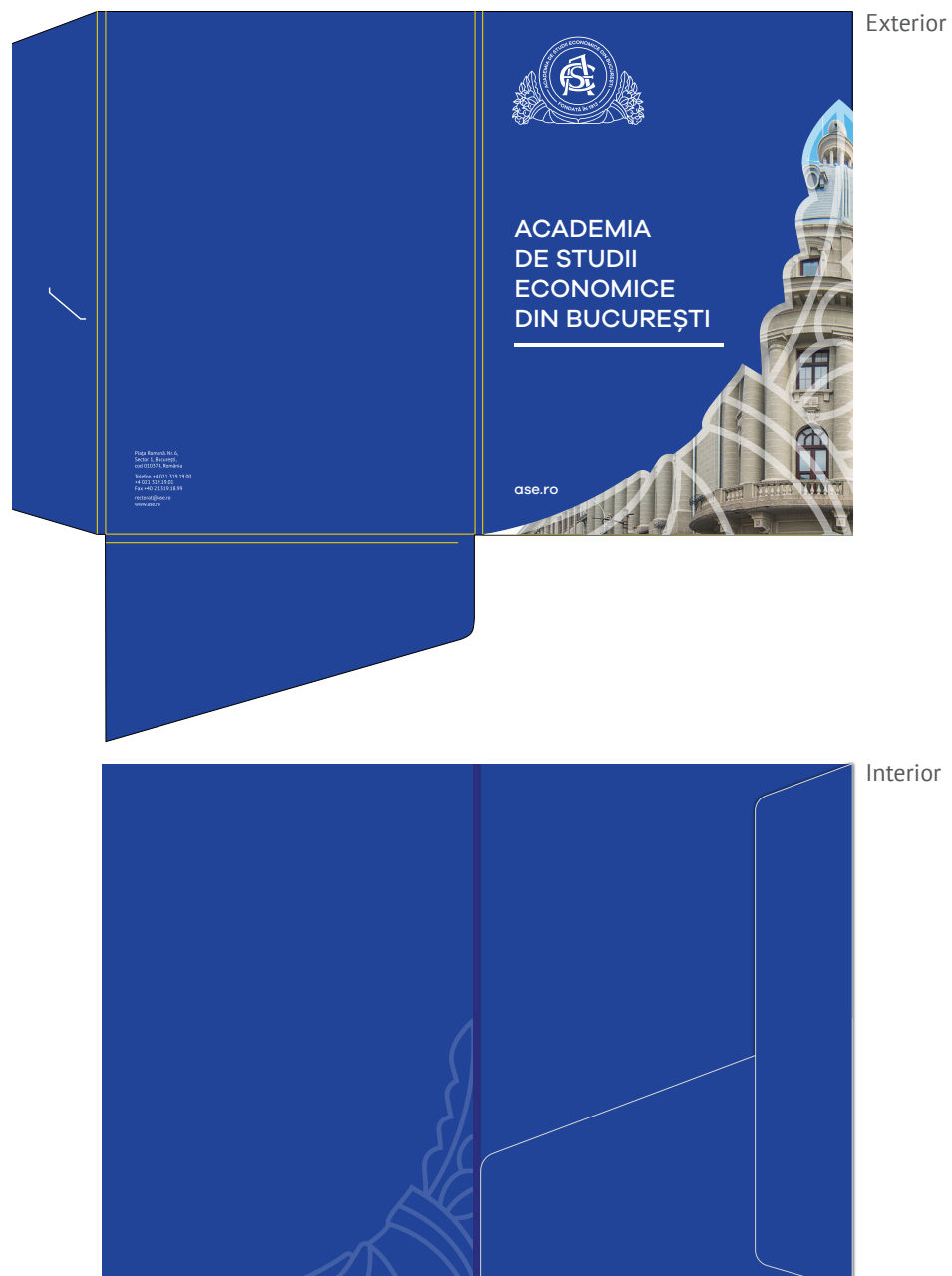
Albastru: CMYK: 100/90/0/0

### Font:

PT Sans Regular

PT Sans Bold

## 8.6. Mapă



## 8. Papetărie

### Format:

310 x 218 mm

### Culori:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

Auriu: CMYK: 0/17/74/17

### Font:

PT Sans Regular

PT Sans Bold

\*Mapă pentru membri ai Biroului Consiliului de Administrație și Consiliului de Administrație.

## 8.7. Mapă Cabinet Rector





## 8. Papetărie

### Format:

105 x 215 mm

### Culori standard:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

Albastru: CMYK: 100/90/0/0

### Culori premium:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

Auriu: CMYK: 0/17/74/17

### Font:

PT Sans Regular & PT Sans Bold

Notă: Pentru versiunea aurie consultă capitolul 4. Paleta de culori. Culori secundare

## 8.8. Invitație



Varianta standard



Varianta premium



## 8. Papetărie

### Format:

297 x 210 mm

### Culori standard:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

Albastru: CMYK: 100/90/0/0

### Culori premium:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

Auriu: CMYK: 0/17/74/17

\*Auriu: CMYK: 0/17/74/17  
(diplomă specială)

Notă: Pentru versiunea aurie consultă  
capitolul 4. Paleta de culori. Culori secundare

## 8.9. Diplomă



Varianta standard



Varianta premium



## 8. Papetărie

### Format:

Pentru anumite ocazii speciale se poate recurge la o papetărie printată într-o cromatică aurie pentru a oferi o caracteristică premium, deosebită.

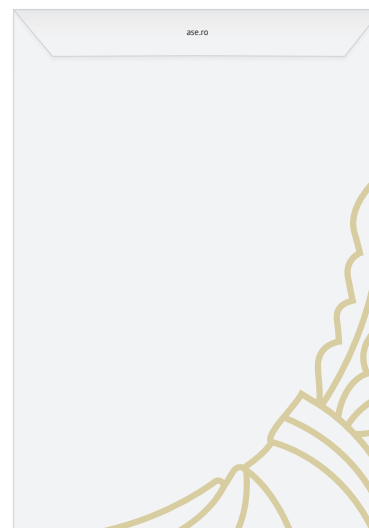
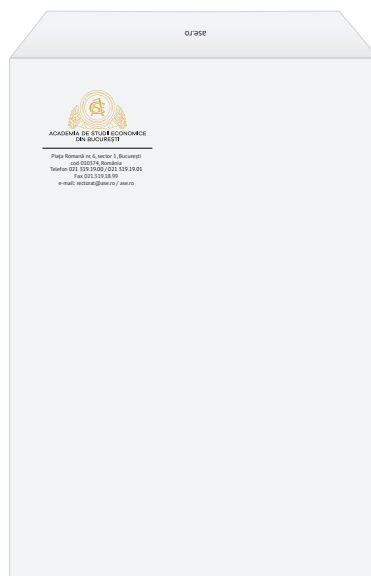
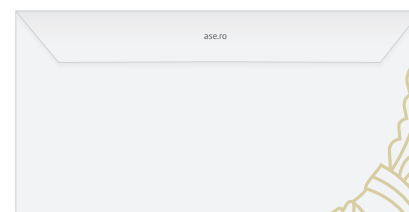
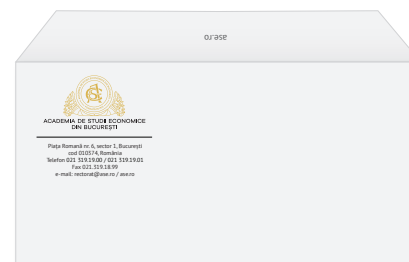
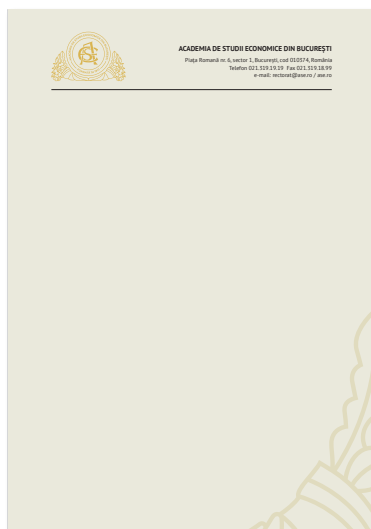
### Culori:

Negru: CMYK: 0/0/0/100

Auriu: CMYK: 0/17/74/17

Notă: Aceste printuri vor fi folosite doar de Rectorul instituției.

## 8.10. Papetărie specială



---

# 9. Electronics

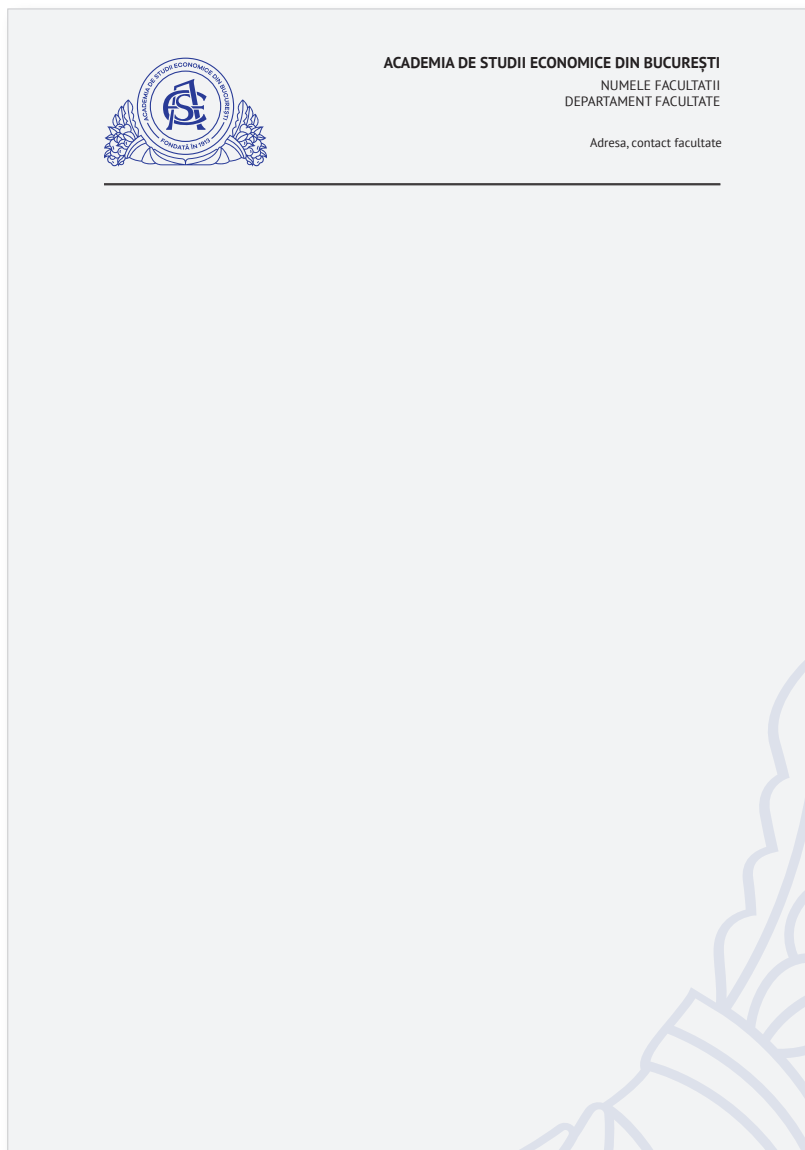


## 9. Electronice

### Antet electronic

Antetul electronic este cel care se folosește zi de zi în comunicarea electronică digitală.

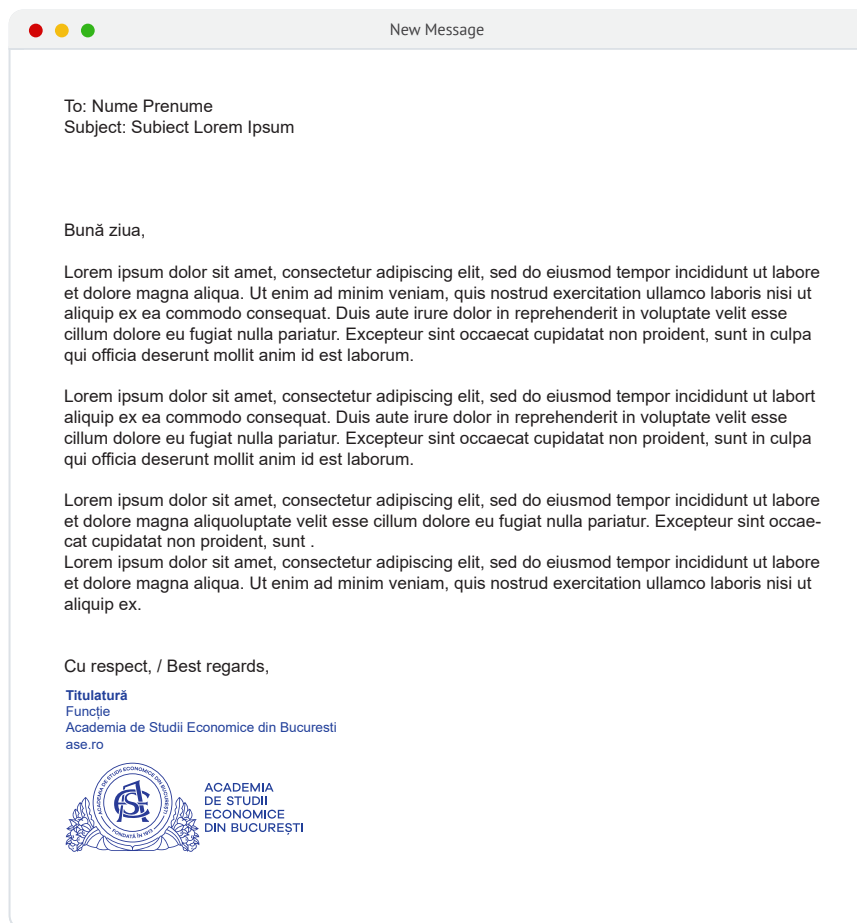
Pentru coerență, se va păstra fontul Arial Regular pentru restul informațiilor.



## 9. Electronice

Pentru coerență, se va păstra fontul Arial Bold pentru nume și Arial Regular pentru restul informațiilor.

## Semnătură electronică



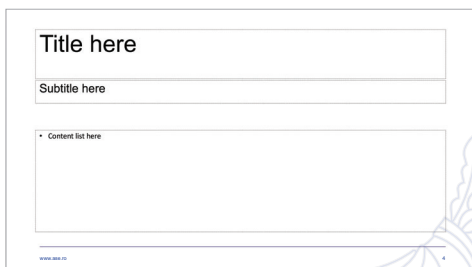
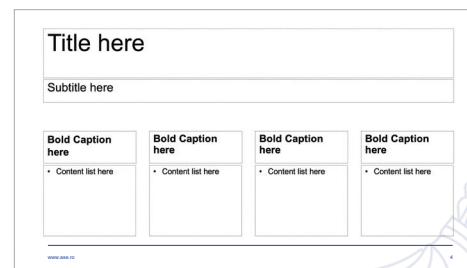
## 9. Electronice

Pentru coerență, se va păstra fontul Arial Bold pentru nume și Arial Regular pentru restul informațiilor.

Titlurile de pe copertă și de pe despățitoarele de capitole se vor scrie cu Arial Bold de 48 puncte.

Pentru grafice se va folosi paleta secundară de culori.

## Template PowerPoint



---

# 10. Promoționale





## 10. Promoționale

Materialele promoționale instituționale sunt obiecte personalizate utilizate de către instituție pentru a promova imaginea, valorile și misiunea acesteia.

Aceste materiale sunt adesea distribuite în cadrul evenimentelor, campaniilor sau în relațiile de zi cu zi cu diversele grupuri țintă (angajați, parteneri, studenți, publicul larg) pentru a consolida identitatea instituțională și a îmbunătăți notorietatea.

Câteva exemple de materiale promoționale instituționale:

1. Cană
2. Insigna
3. Șapcă
4. Punga de hârtie
5. Hanorac
6. Stilou
7. Pix cu monogramă

### 10.1. Materiale promoționale instituționale



1



2



3



4



5



6



7

## 10. Promoționale

Materialele promoționale destinate a fi vândute în shopul ASE sunt produse personalizate care reflectă identitatea și valorile universității, fiind create special pentru a fi achiziționate de către studenți, absolvenți, profesori și vizitatori.

Aceste materiale sunt concepute nu doar pentru a fi funcționale, ci și pentru a întări sentimentul de apartenență la comunitatea ASE.

## 10.2. Materiale promoționale pentru vânzare în Shop ASE





Această ediție actualizată a Manualului de Brand ASE a fost elaborată în iulie 2024, în urma necesității unor revizuiți și îmbunătățiri. Manualul de brand reprezintă o entitate dinamică ce trebuie ajustată continuu pentru a răspunde nevoilor instituției într-un mod optim. Prin urmare, recomandăm efectuarea unui audit exhaustiv al tuturor elementelor vizuale în cadrul ediției următoare și actualizarea corespunzătoare a acestora în anul 2025, pentru a ne asigura că identitatea vizuală rămâne relevantă și aliniată cu obiectivele instituției.