



ARCULATI KÉZIKÖNYV

2019. december 3.

1. A STUDY IN HUNGARY MÁRKA BEMUTATÁSA

KOMMUNIKÁCIÓS CÉLOK
CÉLCSOPORTOK
ÜZENETEK
SZLOGENEK
EGYÉB ALAPELVEK

2. ARCULATI ELEMELK BEMUTATÁSA / ESZKÖZTÁR

LOGÓ
SZÍNHASZNÁLAT
BETŰTÍPUSOK
MÁSODLAGOS ARCULATI ELEMELK
KÖTELEZŐ ELEMELK, LOGÓTÁRSÍTÁSOK
FOTÓK HASZNÁLATA

3. ARCULATHORDOZÓ ELEMELK

FEJLÉCES PAPÍR / TEMATIKA SZERINT
BROSÚRA / CÉLCSOPORTI BONTÁS
LEPORELLO TÍPUSOK
MS OUTLOOK MEGHÍVÓ SABLON
HIRDETÉSEK (PRINT ÉS ONLINE BANNEREK)
MAPPA, JEGYZETTÖMB
INFÓKÁRTYA / NÉVJEGY MÉRETŰ
ROLLUP
ASZTALI ROLLUP
STAND IRÁNYELVEK
STAND KIEGÉSZTÍTÉSEK (NAYKKENDŐ, KENDŐ, TERÍTŐ)
HÍRLEVÉL FEJLÉC
PPT SABLON
INFÓGRAFIKA
LOGÓZHATÓ REKLÁMTÁRGYAK
E-MAIL SIGNATURE
VIDEOKHOZ INTRO/OUTRO
SIH HONLAP / FŐOLDAL KÉP FRISSÍTÉS



Az egységes **STUDY IN HUNGARY** márka a **STUDY IN HUNGARY** kezdeményezés kommunikációs céljainak elérését támogatja külföldön a **magyar felsőoktatási kínálat azonosíthatóságának és megkülönböztethetőségének elősegítésével.**

A **STUDY IN HUNGARY** brand legfőbb célja, hogy **Magyarországot mint vonzó célországot mutassa be a felsőoktatási tanulmányok és felsőoktatási együttműködések szempontjából** külföldi hallgatók és intézmények számára.

KOMMUNIKÁCIÓS CÉLOK

- A magyar felsőoktatás ismertségének és pozitív képének megerősítése külföldön
- A magyar felsőoktatási intézmények nemzetközi szintén való hatékony megjelenésének támogatása

CÉLCSOPORTOK

- Külföldi hallgatók (önköltséges és ösztöndíjas hallgatók egyaránt)
- Külföldi felsőoktatási intézmények és egyéb nemzetközi partnerek
- Korábban Mo-n tanulók?
(A SiH brand a hazai célcsoportok felé irányuló, nemzetköziesítéssel kapcsolatos kommunikációra nem terjed ki.)

A külföldi tanulmányok ösztönzői

- Magas színvonalú, nemzetközi oktatás, diploma megszerzése
- Jobb karrierlehetőségek elérése
- Kulturális és közösségi élmények szerzése

ÜZENETEK

Az üzenetek nemzetközi szintén a régióban és azon túl is gyakran hasonlóak, ezért fontos, hogy a főbb üzenetek mellett megjelenjenek **a magyar felsőoktatás és intézményeinek sajátos, egyedülálló erősségei is.**

Régióspecifikus üzenetek megfogalmazására nincs szükség, az üzenetek sorrendiségével lehet igazítani a fő érveket.

Az egyes érvek kibontása, angol nyelven való megfogalmazása további feladat.

ÜZENETEK a hallgatói célcsoportnak

- a magyar felsőoktatás magas színvonalú és nemzetközileg elismert (európai) végzettségeket ad
 - számos ösztöndíj lehetőség
 - az ár-érték arány igen kedvező
 - kedvező földrajzi fekvés Európa közepén
 - innováció és kulturális hagyományok együtt
 - biztonság (egyes régiókban)
 - a kurzusok idegen nyelven elérhetők
-
- a magyar felsőoktatás magas színvonalú
 - nemzetközileg elismert (európai) végzettségek
 - érdemes magyar partnerekkel együtt dolgozni
 - megbízhatóság
 - szakmai kiválóság

SZLOGENEK

Az általános, fő szlogen utal Magyarország központi elhelyezkedésére Európában, de magában hordozza a külföldi tanulmányok választásával kapcsolatos választási helyzetet, választást és utazást is.

Általános

THE CROSSROADS OF EUROPE
(At the crossroads of Europe)

Hallgatói

The place to study, the place to be

Find your place in Hungary

A change in your life, a change in your future

Intézményi

High quality education since 1357

EGYÉB ALAPELVEK

A megjelenéseknél fontos szempont, hogy **az egész magyar felsőoktatás reprezentált legyen.**

Fontos az **interkulturális** sajátosságok és érzékenységek figyelembe vétele az üzenetek megfogalmazásánál és a vizuális elemek kiválasztásánál.

Az arculat bizonyos elemeit a Tempus Közalapítvány partnerei – magyar külügyi partnerek, felsőoktatási intézmények, ösztöndíjprogramok külföldi partnerei – is használhatják ellenőrzött módon.

HANGVÉTEL, STÍLUS

- személyesség, közvetlenség
- innováció, frissesség, élénkség
- valódiság, hitelesség, igazi érvek
- közérthetőség



-
- A logó 3+1 színes embléma, az ábrával és a névvel alkot egy egészt.
 - A fent látható elrendezés a logó elsődleges alkalmazási formája, törekedjünk ennek használatára.



Álló elrendezésű Study in Hungary logó, amelynek alkalmazása indokolt esetben megengedett (megfelelő arány, láthatósági szempontok).

VÉDETT TERÜLET A LOGÓ KÖRÜL



SZÍNES/KÉPES ALAPON FEHÉR FLEKKBEN VAGY MONOKRÓM VERZIÓBAN



MINIMUM MÉRET



MÁRKAJELZÉS

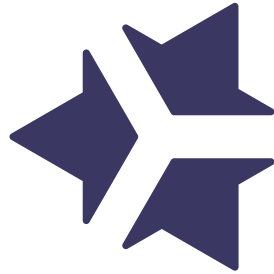


- Védekt terület: az a tér, amit minimumként szükséges szabadon hagyni a logó körül (az adott méretű logó nyilacska mérete a mindenkor alapegység).
- Színes alapon vagy fehér keretben, vagy monokróm verzióban használjuk a logót, törekedünk a megfelelő kontraszt hatás elérésére.
- A logó mérete nem lehet kisebb, mint 2 cm széles, ez a minimum méret megengedett.
- A logó 3 nyilat indokolt esetben használhatjuk külön, a szövegtől elválasztva, mint önálló márkajelzés / védjegy.



MONOKRÓM VERZIÓK

Egyes nyomdai eljárások, valamint a környezeti sajátosságok esetében indokolt a logó monokróm verziójának használata (pl. sötét háttér, fotóra helyezett logó).



**STUDY IN
HUNGARY**



MONOKRÓM VERZIÓK

Egyes nyomdai eljárások esetében, valamint a környezeti sajátosságok esetében indokolt a logó monokróm verziójának használata (pl. sötét háttér, fotóra helyezett logó).



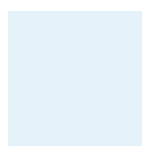
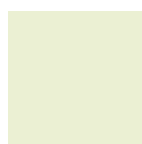
C 0 / M 65 / Y 100 / K 0
R 210 / G 110 / B 30



C 47 / M 0 / Y 94 / K 0
R 160 / G 195 / B 50



C 56 / M 0 / Y 10 / K 0
R 143 / G 199 / B 225



100%

75%

50%

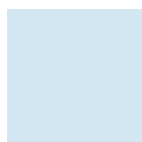
25%

ELSŐDLEGES SZÍNEK

Elsődleges színekként a logó színeit használjuk és indokolt esetben ezek halványabb árnyalatait. Egyes ajándéktárgyak esetében pedig a zöld alapszín használatára törekedjünk fehér nyomással (pl. toll, nyakpárna, stb).



C 5 / M 20 / Y 95 K 0
R 245 G 200 B 18



C 25 M 0 Y 5 K 0
R 202 G 232 B 240



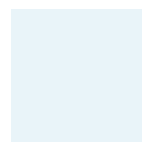
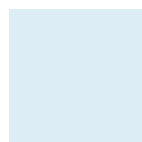
C 76 M 5 Y 20 K 0
R 0 G 200 B 222



C 80 M 48 Y 45 K 18
R 58 G 102 B 113



C 56 M 0 Y 10 K 0
R 50 G 54 B 95



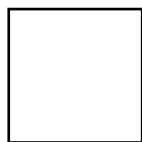
75%

50%

25%



C 0 M 0 Y 0 K 100
R 26 G 23 B 24



C 0 M 0 Y 0 K 0
R 255 G 255 B 255

MÁSODLAGOS / KIEGÉSZÍTŐ SZÍNEK

A másodlagos, ill. kísérő színek a kiadványokon, standokon, vizuális elemeken jelennek meg. Ezeket alkalmazhatjuk háttér színeként, illetve a fríz színeiben. Ezeknek a színeknek a %-os árnyalatait is alkalmazhatjuk.

Bliss Pro – Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Extra Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bliss Pro – Extra Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

ELSŐDLEGES BETŰTÍPUS

A Bliss Pro fontcsalád jelenik meg elsődlegesen az arculatot hordozó anyagokon (jellemzően a kiadványokban és a vásári megjelenéseken, grafikai és nyomdai állományokban).

Calibri – Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Calibri – Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789*

Calibri – Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

Calibri – Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789***

MÁSODLAGOS BETŰTÍPUS

Ha nem elérhető a Bliss betűcsalád – pl. MS alapfontkészlet esetében –, akkor a helyettesítő betűtípus a **Calibri**. Ezt használjuk emailekben, word sablonokban kenyérszöveggént. Törekedjünk arra, hogy ebben az esetben mindig Calibrit használjunk. Más betűtípus használata nem megengedett.

**Kapcsolódás
támogató/
kapcsolódó
programokhoz**

CAMPUS MUNDI – a CM forrásból megvalósuló tevékenységeknél a SiH brand mellett kötelezően meg kell jelennie a támogató keretprogram kötelező arculati elemeinek is a hatályos Széchenyi 2020 arculati kézikönyv alapján.

STIPENDIUM HUNGARICUM – a SiH brand albrandje. A SH forrásból megvalósuló tevékenységeknél a SiH brand mellett fel kell tüntetni a SH vonatkozású logókat is.

Scholarship for Christian Young People

Alumni Hungary

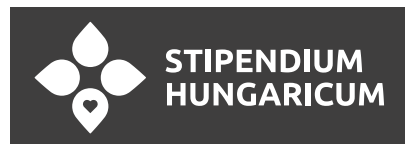
Államközi, CEEPUS



Campus Mundi finanszírozás esetében a Study in Hungary logó társítása a hierarchia szemléltetésével (SinH, CM, TPF, Széchenyi 2020 infoblokk). Az infoblokk mérete meghatározott a Campus Mundi program arculati kézikönyve szerint.



MONOKRÓM VERZIÓK



STIPENDIUM HUNGARICUM finanszírozás esetében a program logóját szükséges feltüntetni, a teljes arculati útmutató megtalálható a SH arculati kézikönyben.

1. STIPENDIUM HUNGARICUM partnerország esetében:



2. Nem Stipendium Hungaricum partnerország esetében:



3. Intézményi vállalás / Pool tagok esetében:



Study in Hungary promóció partneri megjelenések, megkeresések esetében nemzetközi kommunikációs anyagokon (jellemzően: plakát, rollup, stb.) megjelenítendő logók.

Kiegészítő arculati elemekről beszélhetünk a kiadványok és a standok esetében is, amelyek gazdagítják a megjelenést, és egyben vizuálisan egységesítik, rendszerezik, összehangolják az egyes kommunikációs felületeket.



A fehér flekk a SiH logó és társlogók elhelyezésének felülete / SiH, CM, TKA.

Többnyire a kiadványok tetején helyezkedik el, de indokolt esetben az oldal alján is használható. Célja, hogy egy egységet alkotva védett helyen tudjanak megjelenni a logók (pl. egy fotós háttér esetében alkalmazva).

1. HALLGATÓI FRÍZ

3 fő szín + kiegészítő színek használata, a sárga szín erőteljes megjelenésével. Ezzel fiatalosabb, vidámabb a megjelenés.



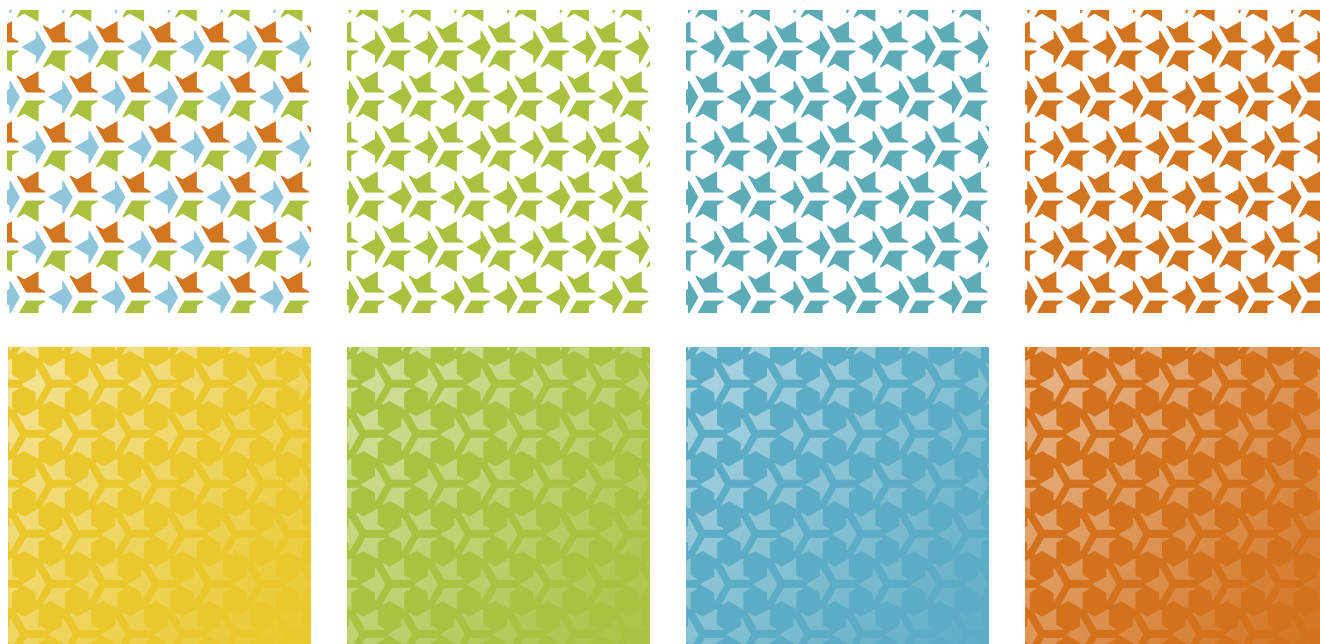
2. INTÉZMÉNYI FRÍZ

3 fő szín + kiegészítő színek használata, komolyabb, elegánsabb hangvételen.



Fix színsor használata címsor elhelyezésére 1. hallgatói célcsoport és 2. intézményi célcsoport megkülönböztetése céljából. A színes fríz alkalmazási felületei: címlapon címsor kiemelése, meghívó fejléc, hirdetés címsorához, szlogen kiemelésére.

Ennek leegyszerűsített verziója az egyforma magasságú színsor, mely alkalmazási felületektől függően választható, pl. ahol kevésbé hangsúlyosan szükséges a megjelenése.



A logóból származtatható terület mintája, ami akár vízjelként, vagy a felületek gazdagítására, háttérként is használható (pl. standok esetében). További lehetőségek az alkalmazásra: tapéta, terítő, kendő, stb.

- The crossroads of europe (at the crossroads of europe)
- The place to study, the place to be
- Find your place in hungary
- A change in your life, a change in your future
- High quality education since 1357



Find your place
in Hungary



A change in your life,
a change in your future



FIND YOUR PLACE
IN HUNGARY



High quality education
since 1357

SZLOGEN használat SiH logóval közösen / célcsoportnak megfelelően párosítva, javaslatok az elhelyezésre. Fehér háttér esetében színes betűkkel. Az elhelyezés függ a felület jellegétől (stand vagy kiadvány) és a további alkalmazott elemektől.

THE CROSSROADS
OF EUROPE

THE CROSSROADS OF EUROPE

The crossroads of Europe

HIGH QUALITY EDUCATION
SINCE 1357

High quality education
since 1357

HIGH QUALITY EDUCATION
SINCE 1357

5 REASONS
TO STUDY IN HUNGARY

- High quality education
- Globally recognised European degrees
- Central location and great travel opportunities in Europe
- Vibrant youth life and cultural scene
- Great value for money

ÜZENETEK A HALLGATÓI CÉLCSOPORTNAK

- a magyar felsőoktatás magas színvonalú és nemzetközileg elismert (európai) végzettségeket ad
- számos ösztöndíj lehetőség
- az ár-érték arány igen kedvező
- kedvező földrajzi fekvés Európa közepén
- innováció és kulturális hagyományok együttélése
- biztonság (egyres régiókban)
- idegen nyelven elérhető kurzusok

ÜZENETEK AZ INTÉZMÉNYI CÉLCSOPORTNAK

- a magyar felsőoktatás magas színvonalú
- nemzetközileg elismert (európai) végzettségek
- érdemes magyar partnerekkel együtt dolgozni
- megbízhatóság
- szakmai kiválóság

ARCULATI CÉLOK – Olyan fotók használata, amelyek tükrözik a Study in Hungary márka céljait.

MOTIVÁCIÓS CÉLOK A KÜLFÖLDI TANULÁS ÉS AZ ÖSZTÖNDÍJ MEGSZERZÉSÉHEZ:

- Magas színvonalú, nemzetközi oktatásban való részvétel, piacképes végzettség megszerzése
- Jobb karrierlehetőségek elérése, önéletrajz gazdagítása, jövőtervezés
- Kulturális élmények szerzése, nemzetközi szakmai hálózat építése (alumni)

FŐ TÉMÁK:

1. **EMBEREK:** lelkes egyetemi hallgatók, sokszínűség, campus életképek
2. **HELYEK:** Magyarország nevezetességei, városképek (híd-víz megjelenítése), egyetemi helyszínek fiatalokkal, élettel teli közegben, világörökség helyszínek Mo.-on, folklór
3. **TÁRGYAK:** Magyar találmányok, hungaricumok, magyar identitáshoz kapcsolódó / jellemző tárgyak, fogalmak, stb.

JELSZAVAK HALLGATÓI KÉPEKHEZ:

BARÁTSÁGOS, KULTURÁLISAN SOKSZÍNŰ, BEFOGADÓ, GAZDAGÍTÓ, ÉLÉNK, VIDÁM, INNOVATÍV, FELFEDEZŐ, SZÍNVONALAS, HAGYOMÁNYOKAT TISZTELŐ

A CÉLOKHOZ TÁRSÍTHATÓ TÉMACSOPORTOK:

1. SZÍNVONALAS, PIACKÉPES OKTATÁS SZEMLÉLTETÉSE, KARRIER ÉS JÖVŐTERVEZÉS

KÉPEKBEN: a diákok készségfejlesztése, szakmai jövőre felkészülés

- Szakmai ismereteket szerző diákok – pl. építész tervek készítése, orvosi képzés, labormunka, tudományos kutatások, szakemberekkel való együttműködés, stb
- Kreatív és innovatív, csoportmunka, prezentációk, kutatások elvégzése
- Az oktatók és a professzorok inspiráló közege, befogadó és segítőkész hallgatói közeg
- High-tech létesítmények – laboratóriumok és kutatási létesítmények, műhelyek, felszerelt könyvtárak
- Izgalmas és inspiráló egyetemek – hagyomány és modernitás kettősége

2. KULTURÁLIS TAPASZTALAT, KALAND

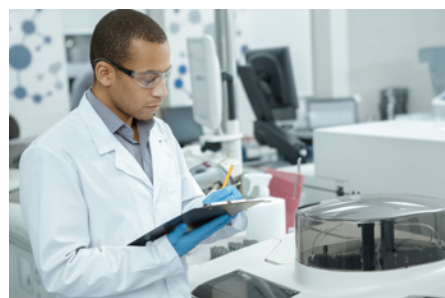
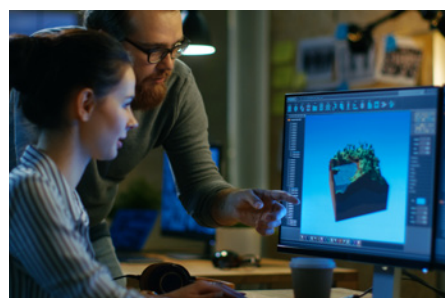
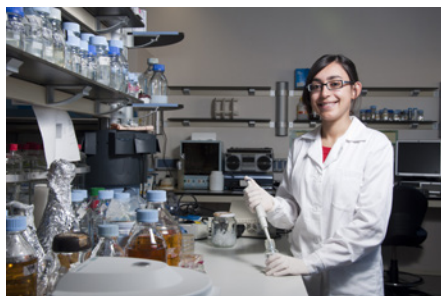
- Városok – modern városok nyüzsgése, gyönyörű óvárosok, autentikus falvak
- Kultúra – izgalmas várak és paloták, nyüzsgő utcai élet, múzeumok és színházak, zenei fesztiválok, stb
- Vidéki táj – tavak, hegyek, rétek, erdők, szigetek, természeti különlegességek, stb
- A diákélet az egyetemen, szórakozás

3. BARÁTSÁGOS, TÁMOGATÓ KÖZÖSSÉG

- Diákcsoportok, együtt tanuló lelkes és vidám közösségek
- Ösztöndíjasokról felvételek

CÉL: SAJÁT KÉPEK KÉSZÍTÉSE ÉS HASZNÁLATA

1. SZÍNVONALAS, PIACKÉPES OKTATÁS SZEMLÉLTETÉSE, KARRIER ÉS JÖVŐTERVEZÉS



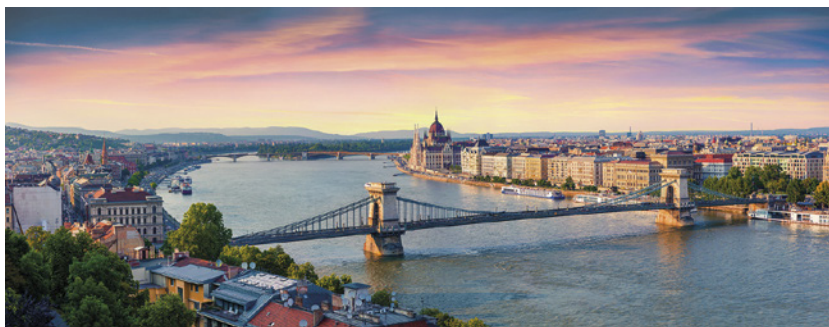
2. EGYETEMI ÉLET



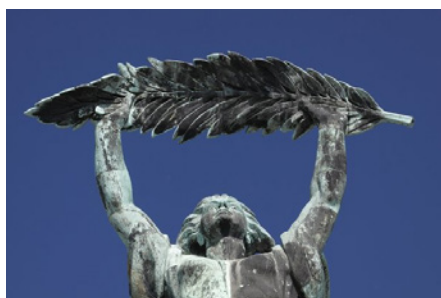
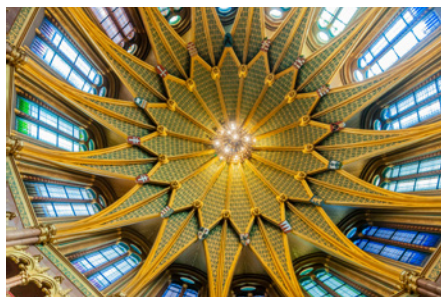
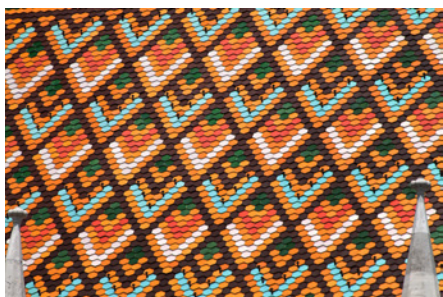
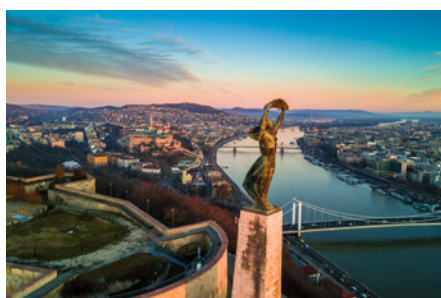
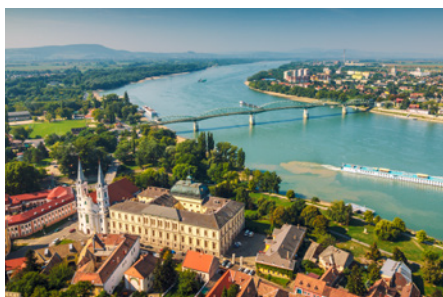
3. KULTURÁLIS TAPASZTALAT, KALAND / VÁROS / KÖZÖSSÉG – HALLGATÓI

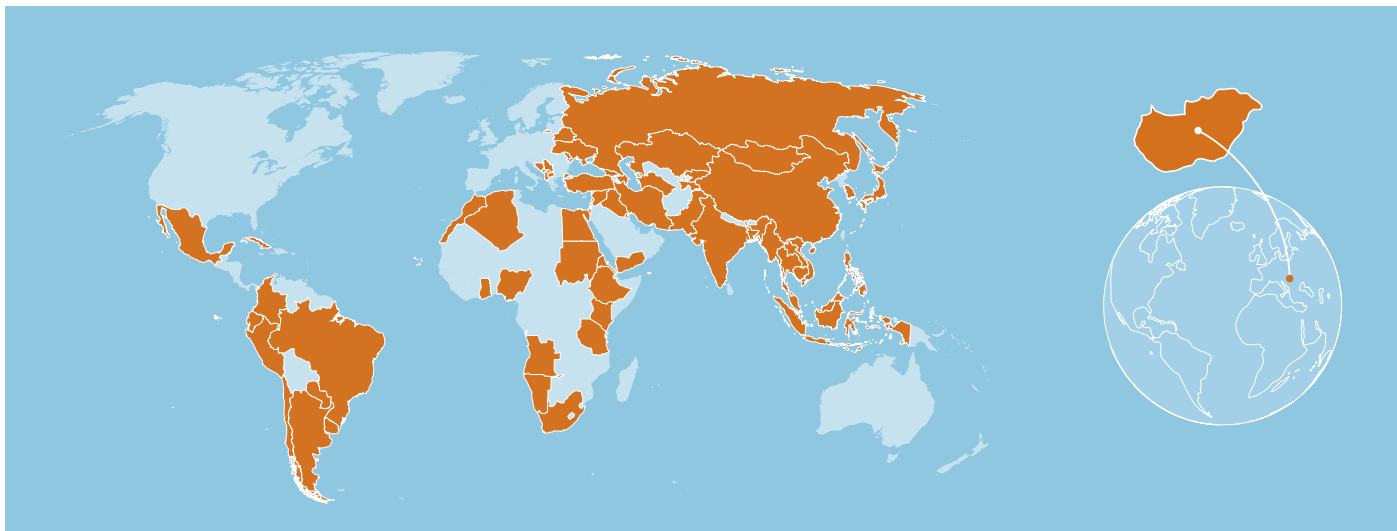


3. KULTURÁLIS TAPASZTALAT, KALAND / BUDAPEST / HÍD MOTÍVUM – INTÉZMÉNYI



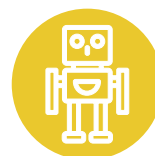
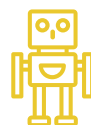
3. KULTURÁLIS TAPASZTALAT, KALAND / INTÉZMÉNYI / VIDÉK ÉS MÁS VÁROSKÉPEK





Térképek használata a célcsoportnak megfelelően – a meglévő vektoros rajzok alapján, naprakész információkkal. Távolságok jelölési lehetősége igény szerint.

1. Európa térkép, ezen belül Magyarország elhelyezkedése
2. Világ térkép, ezen belül Magyarország elhelyezkedése
3. Magyarország térkép a szükséges FOI-k jelölésével



Saját ikoneszköztár használata a főbb témákhoz társítva az arculati színeket felhasználva.
Pl. földgömb, talár kalap, diák, STB. Ezek tervezése a tartalmi témákhoz igazodik.



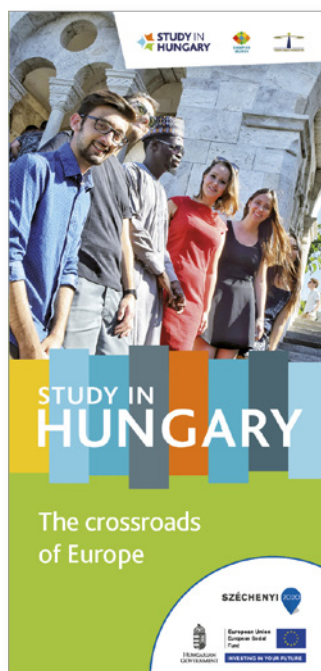
Study in Hungary hallgatói brosúra 2018



Study in Hungary intézményi brosúra 2018



Study in Hungary leporelló 2018

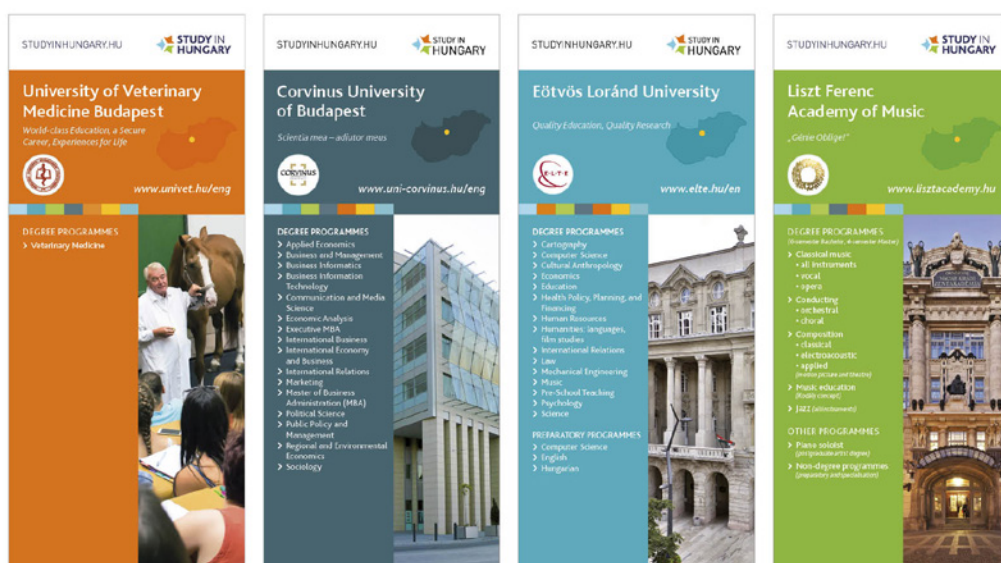


Stipendium Hungaricum leporelló 2018



Academic Cooperation leporelló 2018

A kiadványok megjelenésében cél az egységes arculat következetes használata, mindemellett a jól elkülöníthető, célcsoportoknak szóló rendszerben (színhasználat).



Arculati színekből kiindulva a színes frízhez hasonlóan tervezhető panelek. Megjelenhetnek képek, szlogenek, reprezentálható egyetemek esetében azok anyagai. Helyszín és célcsoport függően történik a tervezés az alap és kiegészítő arculati elemek felhasználásával.

FEJLÉCES PAPÍR / TEMATIKA SZERINT
BROSÚRA / CÉLCSOPORT BONTÁSBAN
LEPORELLO TÍPUSOK
MS OUTLOOK MEGHÍVÓ SABLON
E-MAIL SIGNATURE
MAPPA, JEGYZETTÖMB
INFÓKÁRTYA / NÉVJEGY MÉRETŰ
ROLLUP
ASZTALI ROLLUP
STAND IRÁNYELVEK
STAND KIEGÉSZÍTÉSEK (NYAKKENDŐ, KENDŐ, TERÍTŐ)
HÍRLEVÉL FEJLÉC
PPT SABLON
INFÓGRAFIKA
HIRDETÉSEK (PRINT ÉS ONLINE BANNEREK)
LOGÓZHATÓ REKLÁMTÁRGYAK
VIDEOKHOZ INTRO/OUTRO
SIH HONLAP