

GRAFISK PROFIL & MANUAL

Version 5.0
2018-11-28



StuFF

- gör skillnad!

Inledning

En grafisk manual är en guide till hur ett varumärke används - i detta fall StuFFs. Det är viktigt att all kommunikation är enhetlig och tydlig, oavsett vilka målgrupper som vi kommunicerar med. Ett tydligt och starkt varumärke är essentiellt i den typen av miljö som StuFF verkar i; en stor mängd studenter strömmar genom Linköpings universitet och därav är det viktigt att varumärket och kommunikationen är konsekvent och tydlig över tid.

Kommunikationen innefattar både grafik, bilder, typografi och ton. I denna manual ligger fokus framför allt på det visuella uttrycket med särskilt fokus på grafik och typografi. Den grafiska manualen kompletteras med StuFFs kommunikationspolicy, vilken fokuserar mer på kommunikation och strategier. Tillsammans ämnar dessa verktyg utrusta organisationen med praktiska riktlinjer för att kunna bedriva ett konsekvent och tydligt kommunikativt arbete.

Den grafiska profilen fastställs av styrelsen.

Ytterst ansvarig är StuFFs kommunikatör. Är du osäker på något, fråga!

Namn

Namn

StuFF är studentkåren för utbildningsvetenskap och Filosofisk fakultet vid Linköpings universitet. StuFF skrivs alltid ut med versala S och F, alltså StuFF.

Varianter

StuFF

eller

Studentkåren StuFF

eller

Studentkåren för utbildningsvetenskap och Filosofisk fakultet

Dessa varianter kan alla användas med tillägget "vid Linköpings universitet" om det behövs.

På engelska blir namnet *Student Union for Students at Educational Sciences or the Faculty of Arts and Sciences* (at Linköping University). Förkortningen StuFF används även på engelska.

Användning av namnet

Att använda namnet StuFF innebär att hela organisationen åsyftas. Använd "styrelsen", "fullmäktige" eller annat organ eller titel om det behövs.

I text bör StuFF skrivas ut i början för att tydliggöra vad som menas, särskilt i texter som riktar sig till externa parter och målgrupper.

I och med att StuFF är ett egennamn bör vanliga skrivregler gälla. Exempelvis används genitiv-s för att singalera ägande, exempelvis "StuFFs fullmäktige...". Formerna "StuFF's" eller "StuFF:s" får inte användas.

"StuFF" bör användas så mycket som möjligt. Ordet "kåren" används främst internt mot StuFFs organ.

Budskap

Tillsammans med namnet StuFF finns olika budskap som förknippas med namnet. Dessa budskap grundar sig i StuFFs identitet som studentkår och används i kommunikationen. De olika budskapen kan användas vid olika situationer och det är bra att ta med sig detta i kommunikationsplaneringen.

StuFFs vision:

StuFF gör skillnad före under och efter studietiden

StuFFs huvudbudskap:

StuFF gör skillnad

StuFFs stödbudskap

Din studietid är vårt uppdrag

StuFF står upp för sina medlemmar

Tillsammans gör vi skillnad

StuFFs slogan

Vi ger dig den bästa möjliga studietiden - från tentan till dansgolvet

Logotyp

StuFFs logotyp har sitt ursprung ur StuFFs föregångare SUL (Studentkåren vid Universitet i Linköping).

Logotypen består av text och grafik. Kransen kommer från de doktorskransar som tilldelas Filosofie doktor. Syftet är att föra tankarna till det område som StuFF företräder.

Logotypen finns i tre utföranden: ett primärt och två sekundära. Det primära utförandet innehåller svart text och en grön krans. De två sekundära utförandena är logotypen i svart respektive vitt. Det primära utförandet ska användas så mycket som möjligt. Ibland kan de sekundära utförandena vara att föredra: vid utformning av trycksaker kan det vara fördelaktigt att använda en monokrom logotyp.

Logotypen får användas på ett sådant sätt att kontrasten blir hög - logotypen bör alltid framträda tydligt.

Primär logotyp



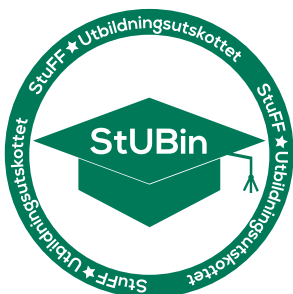
Sekundära logotyper



Andra logotyper under StuFF

En nyhet i denna grafiska manual är introduktionen av utskottens logotyper. Syftet med att använda andra logotyper är att på ett tydligare sätt positionera StuFFs utskott och öka deras agens. De utskott som berörs är utbildningsutskottet StUBin och eventutskottet. Logotyperna är baserade på en del grafiska element från StuFFs ursprungliga grafiska uttryck, men är utformade med syftet att göra utskotten lite mjukare. Därav har ett mer lekfullt och bildligare grafiskt uttryck tagits i bruk. Utskotten ska kännas studentnära och återspegla utskottets inriktning.

StUBin



Primär logotyp



**Sekundär logotyp
(kan även göras svart)**

Eventutskottet



Primär logotyp



**Sekundär logotyp
(kan även göras svart)**

Logotyp och budskap

Logotypen kan kombineras med namnet eller huvudskapet för ett mer slagkraftigt uttryck.



Studentkåren StuFF
vid Linköpings universitet



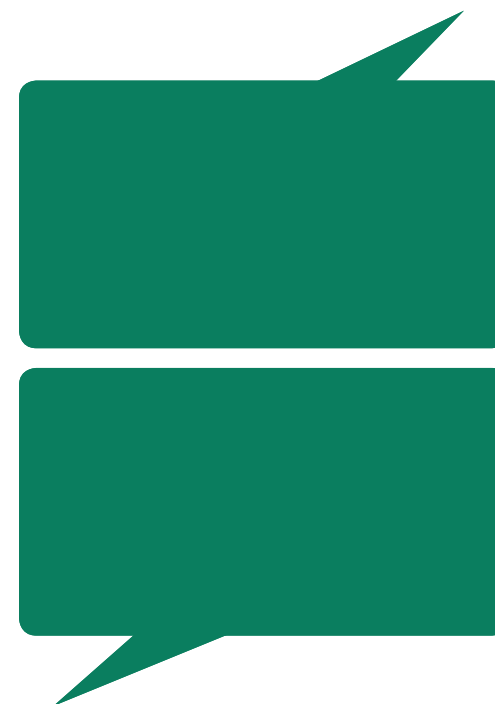
Din studietid är
vårt uppdrag!



- gör skillnad!

Grafiska element

Det finns några grafiska element som kompletterar logotypen i den grafiska kommunikationen. Både kransen och bladen härstammar från logotypen och förstärker den identitet som logotypen förmedlar. Dessa grafiska element används i färgerna sjögrön och vitt, och kan tonas (opacitet) med jämna tital (10% - 90%). Utöver dessa element från logotypen kan även pratbubblor användas för att förstärka ett visst budskap.



Färger

Den primära färgen som används i den grafiska kommunikationen är sjögrön. Gröna färger brukar förknippas med stabilitet, vänlighet och tillväxt. Syftet är att ge en inbjudande och förtroendegivande känsla.

De kompletterande färgerna kommer från gråskalan (svart till vitt) och ger harmoni åt det grafiska uttrycket.

Färgerna kan tonas utifrån behov, men den sjögröna ska alltid vara den dominerande färgen.

Primär färg



RGB: #007958
CMYK: 87-27-73-14
PMS: 3415
NCS: S 4045-G

Toningar (100%, 60%, 30%, 10%)



Sekundära färger



RGB: #000000
CMYK: 0-0-0-100
PMS: Black U
NCS: S 9000-N

Toningar (100%, 60%, 30%, 10%)



RGB: #FFFFFF
CMYK: 0-0-0-0
PMS: -
NCS: S 0300-N

Typografi

StuFF använder sig av fem olika typsnitt. De olika typsnitten har olika syften, men fler än två bör inte brukas och dessa två bör vara en sans-serif och en serif i kombination för att ge ett bra uttryck och läsbarhet till dokumentet.

Typsnitt för dokument

För dokument som används inom organisationen ska typsnitten Myriad Pro och Garamond brukas. Myriad Pro används för rubriker och Garamond används till brödtext. Exempel på dessa dokument är styrdokument, protokoll och beslutsunderlag.

Myriad Pro Bold

Aa

Garamond

Aa

Typsnitt för grafiskt material

För det grafiska material som tas fram finns speciella typsnitt som ska brukas för detta ändamål. Dessa är Nexa, Raleway och Greg's Hand.

Nexa används för rubriker på affischer, flyers, vepor och roll-ups, samt för rubriker för digitalt material för sociala medier. Nexa används i varianten bold (fetstil). Det moderna uttrycket blir ett komplement till logotypens mer traditionella typsnitt.

Raleway används till brödtext på trycksaker. Flera varianter av Raleway kan användas för att få till olika stilar och läsbarhet.

Greg's Hand används till kortare budskap, citat och interjektioner som har en muntlig karaktär och konverserande karaktär, samt till utrop.

Nexa bold

Aa

Raleway

Aa

Greg's Hand

Aa

Dokumentmallar

Det finns några olika dokumentmallar som ska användas inom organisationen. Dessa mallar ska användas för att få till enhetlighet och ett konsekvent uttryck.

Wordmallar

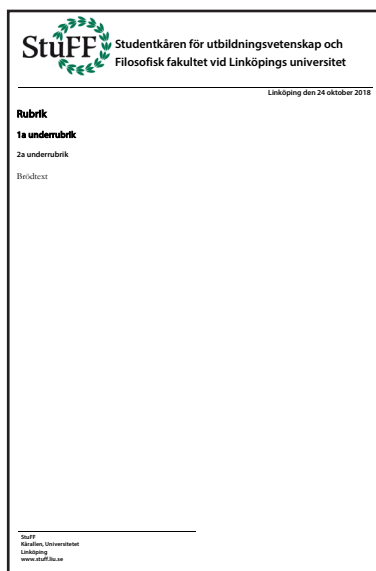
Wordmallar innehåller följande typsnitt och teckenstorlekar:

Rubrik - Myriad Pro Bold 14 pt.

1a underrubrik - Myriad Pro Bold 12 pt.

2a underrubrik - Myriad Pro Bold 11 pt.

Brödtext - Garamond Regular 12 pt.



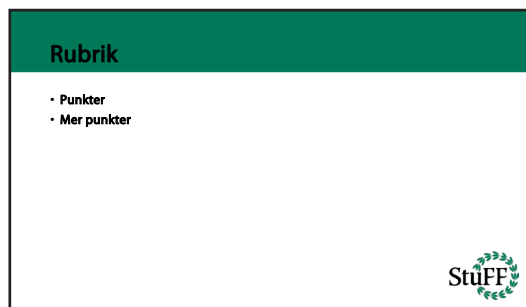
Powerpointmallar

Powerpointmallar innehåller följande typsnitt och teckenstorlekar:

Rubrik - Myriad Pro Bold 44 pt.

Punkter - Myriad Pro Bold 24 pt.

Övrig brödtext - Garamond Regular 16 pt.



Övrigt material

Utöver dokumentmallarna finns det mallar för affischer, vepor (lakan) och roll-ups.
Den här typen av material ska göras enligt mallar för att se till att mottagaren känner igen StuFF.

Affisch, A3



Vepa (lakan) 220*130



Roll-up 200*85



Designfilosofi

Designfilosofi är ett förhållingssätt med olika principer som ska guida framtagandet av olika typer av material.

Grafiska element

De grafiska elementen ska alltid finnas med vid framtagandet av material. Även om inte logotypen finns med ska kransarna finnas med för att skapa erinran.

Färger

Den gröna färgen ska alltid finnas med och synas på alla former av material som tas fram. Detta för att skapa erinran och förmedla känslan av StuFF som varumärke.

Co-branding

Om det finns ett samarbete mellan StuFF och en annan aktör ska materialet anpassas till detta. Om StuFF står som huvudansvarig ska det ske enligt den grafiska profilen.

Om det är flera jämfördiga aktörer inblandade ska materialet tas fram med en egen visuell identitet eftersom det finns flera avsändare.

Övriga principer för formgivning

Förutom grafiska element och färger ska även följande principer tas i åtanke.

Enkelhet

Det grafiska materialet ska vara avskalat och enkelt i sitt utseende.

Rundade hörn

Rundade hörn ska användas för att mjuka upp och göra att de grafiska elementen bidrar till en lite mjukare och mer inbjudande känsla.

Platt design

Platt design innebär att 3D-element undviks och att grafiska element ska hållas minimalistiska. Detta bidrar till det enkla formspråket och en modern känsla.

GRAFISK PROFIL & MANUAL

Version 5.0
2018-11-20



StuFF

- gör skillnad!