

Руководство
по использованию
фирменного стиля
ПАО «Промсвязьбанк»



Содержание

01 Введение

- Позиционирование бренда
- Ценности бренда
- Пирамида бренда

02 Константы фирменного стиля

- Логоблок
- Фирменный знак
- Основная версия логотипа
- Дополнительная версия логотипа
- Знак для мобильного приложения и фавикон
- Разрешенные фоны
- Охранное поле
- Масштабирование логотипа
- Недопустимые варианты использования
- Цветовая гамма
- Основные шрифты
- Дополнительные шрифты

03 Фирменная графика

- Иконки
- Паттерны

04 Фотостиль

- Типы фотографий
- Модели, сюжет, место съемки и фон
- Кадрирование и обработка фотографии
- Цветовая палитра и акценты

05 Деловая документация

- Фирменный бланк
- Бланк письма
- Визитные карточки
- Конверт DL, C5, C4
- Фирменная папка
- Шаблон письма
- Шаблон презентация в MS PowerPoint/ Keynote

01

Введение

- 01.1 Позиционирование бренда
- 01.2 Ценности бренда
- 01.3 Пирамида бренда

01.1

Позиционирование бренда

Россия – большая страна с богатым культурно-историческим наследием и историей. Россия – страна великих свершений и по-настоящему сильных людей. Эти люди – цвет нашей нации. Они сильны духом, знаниями и достижениями во многих отраслях искусства, науки и спорта. На сильных личностях держится наше Государство.

Сегодня, являясь опорным банком оборонно-промышленного комплекса России, мы осознаем масштаб возложенной на нас миссии и понимаем, что для решения поставленных задач, мы должны быть сильными как никогда.

Но при этом, осознавая важность и значимость российской армии на мировом уровне, мы считаем, что играем важную роль в поддержке мира и процветания нашей страны. А значит, мы руководствуемся не военными, а именно общечеловеческими ценностями и готовы предлагать удобные, безопасные, технологичные и надежные продукты всем россиянам, оставаясь верными благородному делу служения тем, кто обеспечивает людей возможностями жить полноценно и получать банковские продукты и сервисы мирового уровня.

Банк сильных людей!

01.2

Ценности бренда

Любовь к родине

Любовь к Родине – это очень сильное чувство. Это любовь к своей семье и тому месту, где ты родился и живешь.

Исключительность

Банк «ПСБ» имеет особый статус – статус опорного банка ОПК России. Этот статус наделяет банк исключительным правом. Вместе с этим, наш банк создает особые условия для военнослужащих, что также делает банк исключительным. Именно поэтому исключительность пронизывает все аспекты работы нашего банка.

Надежность и безопасность

В условиях финансовой нестабильности людям нужен сильный банк, который сможет защитить их интересы, тем самым обеспечив благополучие и процветание страны. Наш банк – это банк, в котором все под контролем. Мы придаем большое значение безопасности банковских операций, банковской тайне и конфиденциальности.

Ответственность

Мы ответственно подходим к делу и уверены в том, что успешное будущее не происходит само по себе. Его нужно создавать и только от нас самих зависит будущее нашей компании и нашей страны.

Развитие

Мы постоянно находимся в процессе самосовершенствования и стремимся делать еще качественнее то, что и так делали хорошо, приобретать новые навыки и знания. Мы понимаем, что будущее не происходит само по себе, его нужно создавать, поэтому Мы стремимся сделать жизнь людей лучше, и создавая лучшее будущее.

Масштаб

Являясь опорным банком оборонно-промышленного комплекса России, мы осознаем масштаб возложенной на нас миссии и понимаем, что для решения поставленных задач, мы должны быть сильными как никогда

01.3

Пирамида бренда



02

Константы фирменного стиля

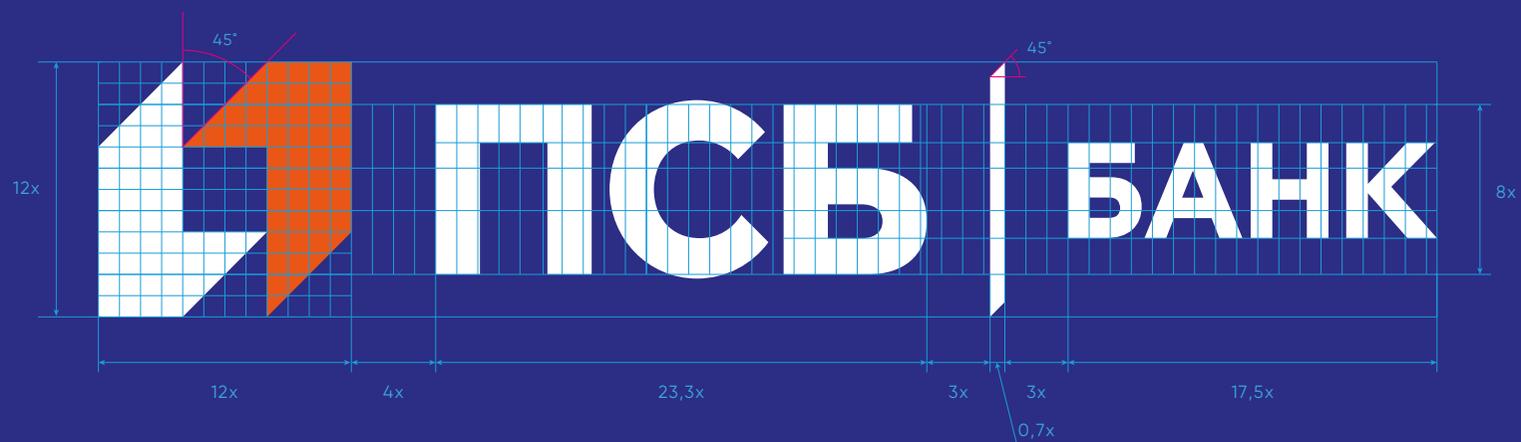
- 02.1 Логоблок
- 02.2 Фирменный знак
- 02.3 Основная версия логоблока
- 02.4 Дополнительная версия логоблока
- 02.5 Знак для мобильного приложения и фавикон
- 02.6 Разрешённые фоны
- 02.7 Охранное поле
- 02.8 Масштабирование логоблока
- 02.9 Недопустимые варианты использования
- 02.10 Цветовая гамма
- 02.11 Основные шрифты
- 02.12 Дополнительные шрифты

02.1

Логоблок

Логоблок является ключевой частью идентичности бренда. Логоблок состоит из знака и логотипа. Существуют две версии логоблока: основная и дополнительная. Эти версии и правила их использования будут представлены ниже в руководстве.

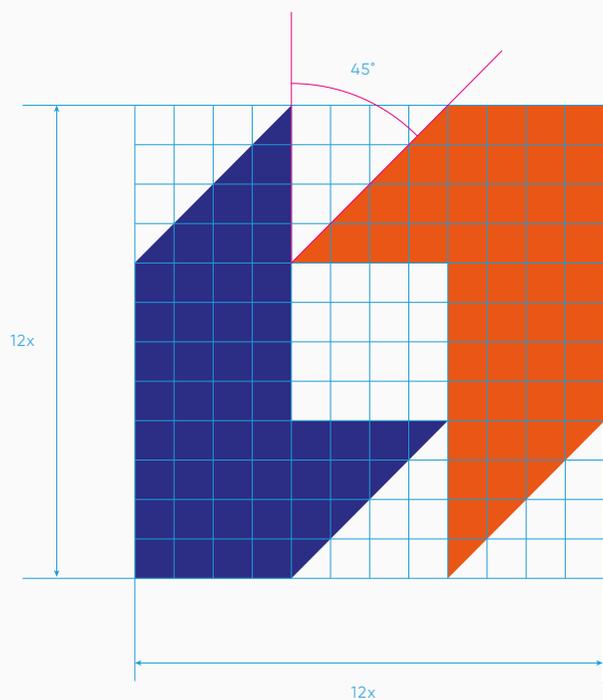
Логоблок разрешается использовать только из оригинальных файлов.



02.2

Фирменный знак

Знак представляет собой две стрелки, образующие единый блок, который вписывается в квадрат. Верхняя стрелка окрашена в оранжевый цвет, нижняя — в синий. На синем фоне синяя стрелка становится белого цвета.



02.3

Основная версия логоблока

Данная версия используется на всех фирменных носителях банка.
Ниже представлены варианты использования логоблока на фоне.

Логоблок на светлом фоне



Логоблок на синем фоне



Монохромная версия



02.4

Дополнительная горизонтальная версия логоблока

Данная версия предназначена для носителей, которые используются во внешних коммуникациях. Ниже представлены варианты использования логоблока на фоне.

Логоблок на светлом фоне



Логоблок на синем фоне



Монохромная версия



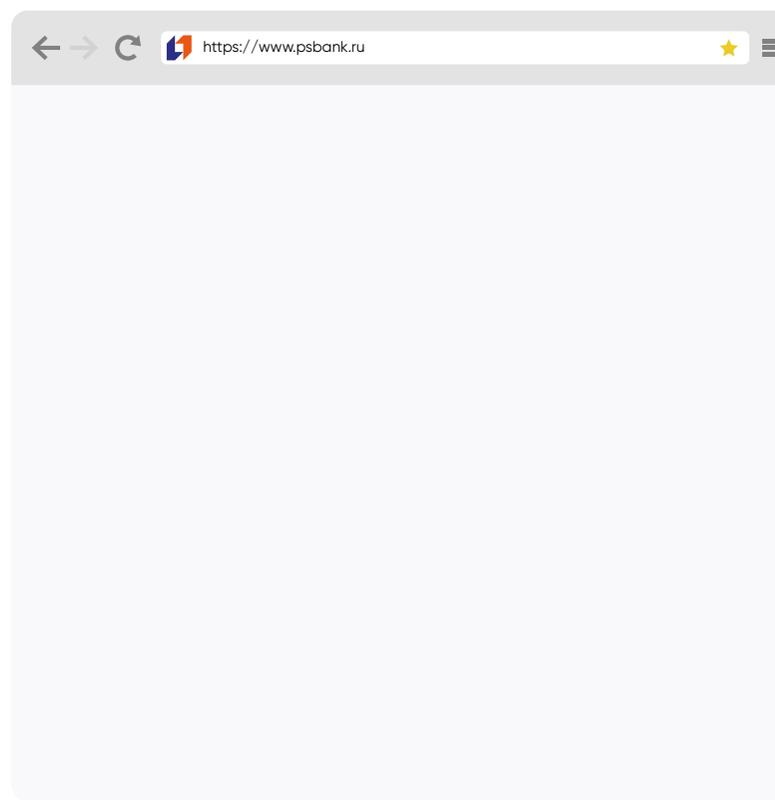
02.5

Знак для мобильного приложения и фавикон

В качестве иконки для мобильного приложения и фовикона используется фирменный знак бренда. В иконке для мобильного приложения знак располагается на фирменном синем фоне.



Знак для мобильного приложения

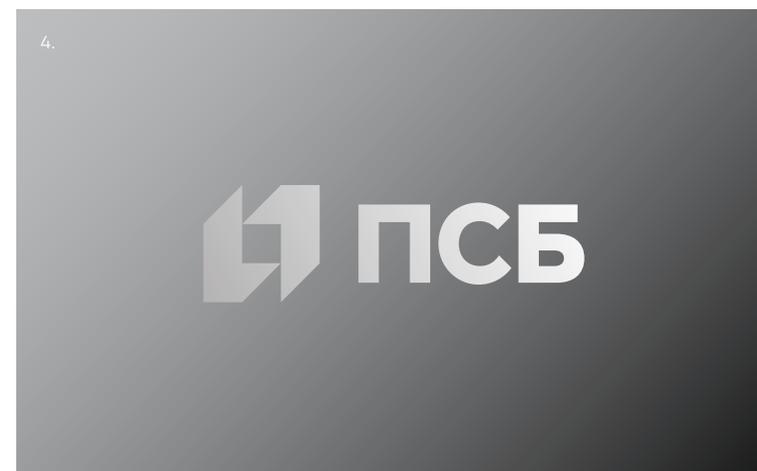
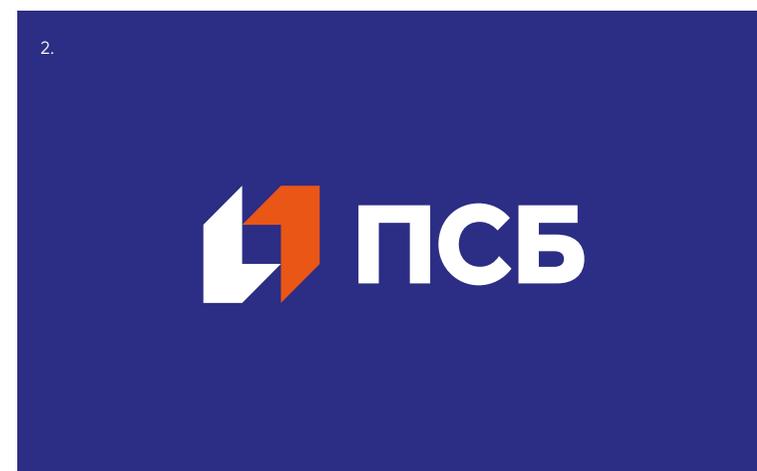
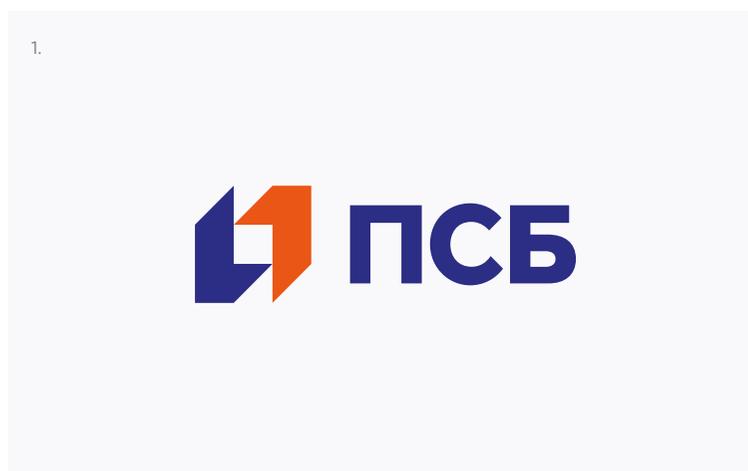


Фавикон

02.6

Разрешенные фоны

Логоблок разрешается размещать на светлом, белом и синем фонах (Рис. 1 и Рис. 2). Также возможно расположение логоблока на фотографии (Рис. 3), но необходимо чтобы он хорошо считывался. При воспроизведении логоблока в материале необходимо использовать одноцветную версию (Рис. 4)



02.7

Охранное поле

Вокруг логоблока всегда должно быть свободное пространство – охранное поле.
Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного блока (слева, справа, сверху и снизу) равно высоте значения x . Величина x равна ширине пустого поля внутри знака.



02.8

Масштабирование логоблока

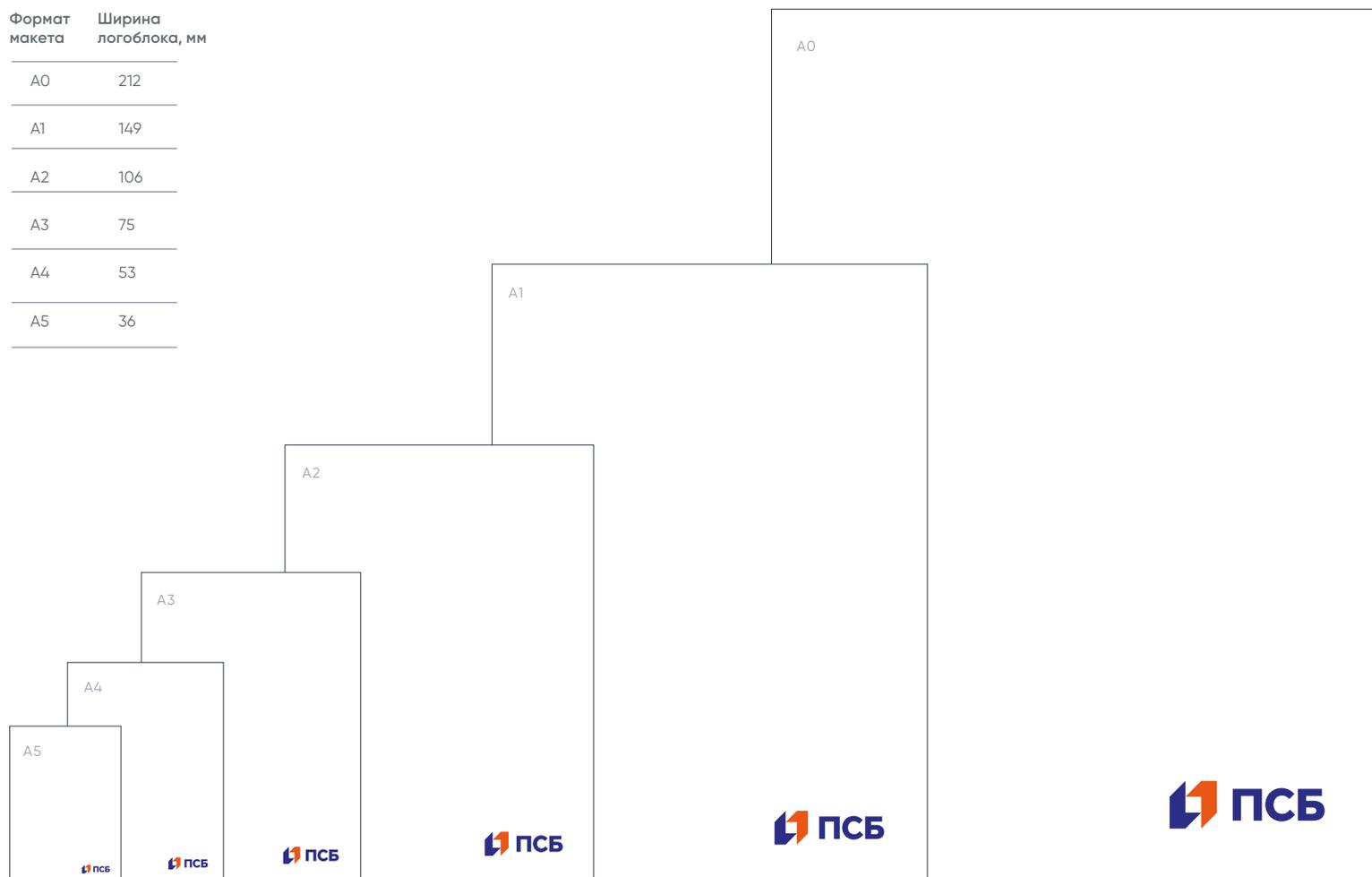
Ниже в таблице приведены рекомендуемые значения размера логоблока в макете.

Размер фирменного блока зависит только от масштаба макета, от ориентации листа фирменный блок размер не меняет.

Минимальный размер логоблока равен 10 мм. Не рекомендуется использовать логоблок меньше этого размера, так как элементы перестают считываться.



Формат макета	Ширина логоблока, мм
A0	212
A1	149
A2	106
A3	75
A4	53
A5	36



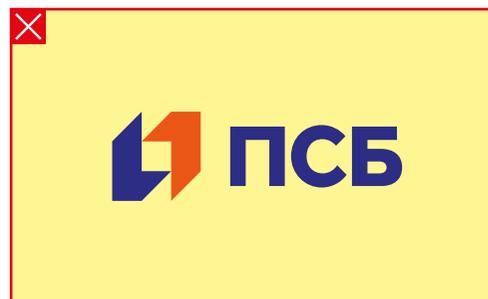
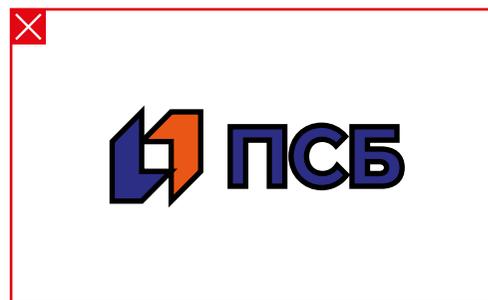
02.9

Недопустимые варианты использования

Ниже указаны случаи некорректного использования логоблока.

С логоблоком запрещается производить следующие действия:

1. Красить в оранжевый цвет.
2. Менять цветовой код.
3. Применять эффекты.
4. Деформировать.
5. Применять обводку.
6. Произвольно менять расположение знака и логотипа.
7. Располагать на нечитаемом фоне.
8. Использовать на фонах чужеродных цветов.
9. Менять шрифтовую гарнитуру.



02.10

Цветовая гамма

В этом разделе представлены спецификации фирменных цветов для основных цветowych моделей. Палитры Pantone и CMYK предназначены для печати. Для экранного воспроизведения цветов используется цветовая система RGB. Значения RAL K7 и Oracal предназначены для воспроизведения фирменных элементов в материале.

Основные цвета

Pantone Blue 072C
CMYK 100 / 98 / 0 / 0
RGB 043 / 44 / 132
RAL K7 5002
Oracal 049

Pantone 172C
CMYK 0 / 77 / 97 / 0
RGB 234 / 86 / 20
RAL K7 2004
Oracal 034

Дополнительные цвета

CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 255 / 255 / 255
RAL K7 9003
Oracal 010

Pantone 431
CMYK 22 / 15 / 0 / 65
RGB 100 / 104 / 114
RAL K7 7046
Oracal 076

Pantone 5753C
CMYK 42 / 0 / 88 / 66
RGB 78 / 98 / 28
RAL K7 6025
Oracal 087

02.11

Основной шрифт

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Основные шрифты используются для оформления всех носителей.

Основной фирменный шрифт Gilroy. Рекомендуется использовать два начертания: Gilroy Semibold для

акциденции (заголовков, слоганов и тд.); Gilroy Regular – для наборных текстов и больших блоков текста.

В том случае, когда использование основных шрифтов ограничено, необходимо использовать дополнительные шрифты.

Gilroy

Semibold

1234567890
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Regular

1234567890
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Данный шрифт необходимо приобрести по ссылке на сайте myfonts.com

02.12

Дополнительный шрифт

Дополнительная гарнитура применяется, когда использование основных шрифтов ограничено. Это системный шрифт, предустановленный в операционной системе Windows.

Verdana

Bold

1234567890
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzt
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя

Regular

1234567890
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzt
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя

Данный шрифт находится в свободном использовании и предустановлен на всех офисных компьютерах.

03

Фирменная графика

- 03.1 Иконки
- 03.2 Паттерны

03.1

Иконки

Фирменные иконки выполнены в единой линейной стилистике, исключение составляют иконки соцсетей. Иконки разделены по группам для того чтобы проще ориентироваться во всем наборе.

Данный список может быть расширен, главное чтобы сохранялась единая стилистика графического подхода.

Финансы



Тематические



Интерфейс



Гаджеты



Люди



Соцсети



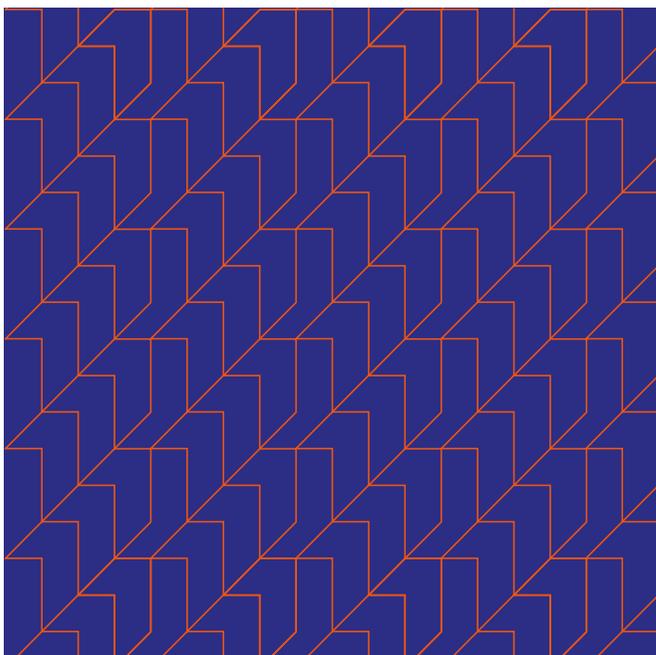
03.2

Паттерны

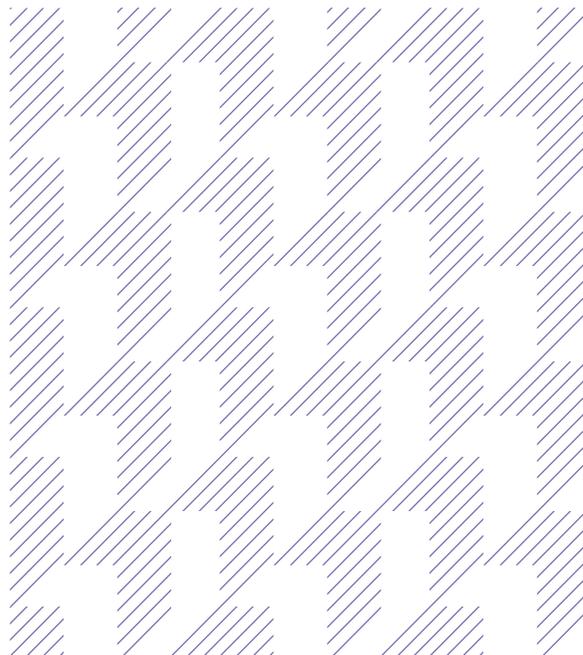
В качестве узнаваемых графических элементов для брендинга фирменных носителей используются следующие варианты паттерна.

Вариант 1 необходимо использовать во всех общих носителях бренда. Вариант 2 создан для брендинга носителей предназначенных для розничного бизнеса. Вариант 3 – для носителей малого и среднего бизнеса.

Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3



04

ФОТОСТИЛЬ

- 04.1 Типы фотографий
- 04.2 Модели, сюжет, место съемки и фон
- 04.3 Цветовая палитра и акценты
- 04.4 Кадрирование и обработка фотографии

04.1

Типы изображений

Изображения построены на сочетании и взаимодействии нарисованных в стиле граффити объектов и реального мира.

Все макеты являются эскизами.



Розничный бизнес



Малый и средний бизнес



Оборонно-промышленный комплекс



Имиджевая реклама

05

Деловая документация

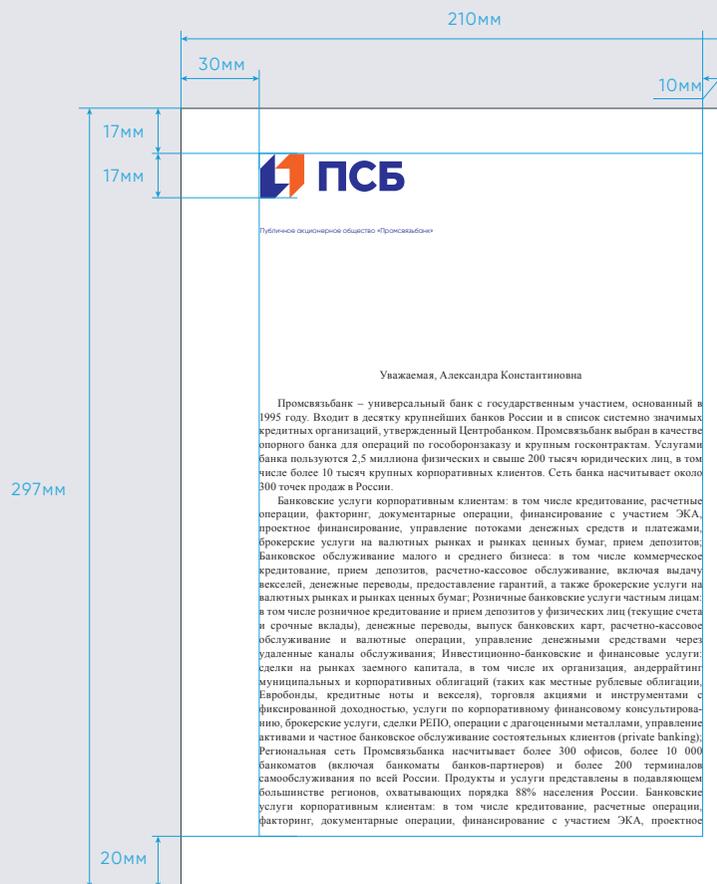
- 05.1 Фирменный бланк
- 05.2 Бланк письма
- 05.3 Визитные карточки
- 05.4 Конверт DL, C5, C4
- 05.5 Фирменная папка
- 05.6 Шаблон письма
- 05.7 Шаблон презентация в MS PowerPoint/Keynote

05.1

Фирменный бланк

На фирменном бланке располагаются логоблок. Логоблок находится вверху листа, текстовый блок – по ширине сетки. Текстовый блок набирается шрифтом Times New Roman. Правила построения фирменного бланка представлены ниже.

Фирменный бланк не рекомендуется использовать для переписки с контрагентами, он используется для оформления внутренних документов – служебных записок, актов, рекламных текстов, рассылок и т.д.



Формат – 210×297 мм.
Печать – офсетная, лазерная
Бумага – белая, матовая,
плотностью 80 г/м².

05.2

Бланк письма

На бланке письма располагаются логоблок, реквизиты и текстовый блок. Логоблок и реквизиты находятся вверху листа, текстовый блок – по ширине сетки.

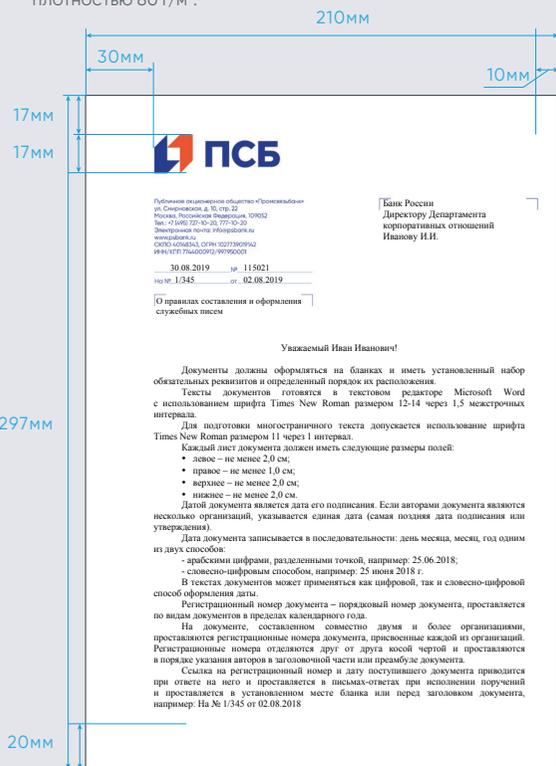
Реквизиты указываются фирменным шрифтом Groy Regular. Текстовый блок набирается шрифтом Times New Roman.

На каждой последующей странице располагаются только текстовый блок и номер страницы.

Правила построения бланка письма представлены ниже.

Правила оформления текста описаны в текстовом блоке бланка.

Формат – 210×297 мм.
Печать – офсетная, лазерная
Бумага – белая, матовая,
плотностью 80 г/м².



2

Адресатом документа может быть организация, структурное подразделение организации, должностное или физическое лицо.
Реквизит «Адресат» располагается в верхней правой части документа, на бланках Банка – в специально отведенном месте. Строки реквизита «Адресат» выравниваются по левому краю или центрируются относительно самой длинной строки.
При адресовании документа руководителю (заместителю руководителя) организации (учреждения) указывается в детальном падеже наименование должности руководителя (заместителя руководителя), включающее наименование организации (учреждения) и фамилию, инициалы должностного лица, например:
Руководителю
Федерального казначейства
Фамилия И.О.
При адресовании письма в организацию указывается ее полное или сокращенное наименование в именительном падеже, например:
Центральный банк
Российской Федерации
При адресовании письма в структурное подразделение в реквизите «Адресат» указывается наименование организации в именительном падеже, ниже – наименование структурного подразделения, например:
Банк России
Департамент надзора за
системо значимыми кредитными
организациями
При адресовании письма руководителю структурного подразделения указывается наименование организации в именительном падеже, ниже – наименование должности руководителя, включающее наименование структурного подразделения, фамилию, инициалы в детальном падеже, например:
Банк России
Директору Департамента операций
на финансовых рынках
Фамилия И.О.
Документ не должен содержать более четырех адресатов. Слово «Копия» перед вторым, третьим, четвертым адресатами не указывается. При направлении документа более чем в четыре адреса составляется список рассылки документа.
В состав реквизита «Адресат» может входить почтовый адрес: название страны (для международных почтовых отправок), например:
Всероссийский научно-исследовательский институт документооборота и архивного дела
Продольная ул., д. 82, Москва,
117993
При адресовании документа физическому лицу указывается фамилия (в детальном падеже), инициалы, почтовый адрес, например:
Кумачеву Д.А.
Славянов ул., д. 5, кв. 12,
г. Люберцы, Московская обл.,
301264
Составные части реквизита «Адресат» должны печататься с новой строки через один межстрочный интервал. Инициалы должностного или физического лица, которому адресован документ, печатается после фамилии.

3

Заголовок к тексту включает краткое содержание документа, точно передающее основной вопрос и характер действия. Заголовок может отвечать на вопрос: «о чем?», например: Об изготовлении печати.
Заголовок к тексту оформляется под реквизитами Банка слева, в специально отведенном месте, печатается с прописной буквы и, как правило, не содержит переносов слов. В конце заголовка точка не ставится. Длина строки заголовка не должна превышать 28 печатных знаков. Заголовок, состоящий из двух и более строк, печатается через одинарный интервал.
Заголовок к тексту может не составляться, если текст документа не превышает 4-5 строк.
Текст документа отражает его смысловое содержание, должен быть кратким и обеспечивающим точное и однозначное восприятие изложенной в нем информации. Смысловые части текста документа разделяются на абзацы. Текст изложенного документа, как правило, не должен превышать одну-две машинописные страницы.
Документ должен быть написан официально-деловым стилем, который отличается нейтральным тоном изложения, полнотой и актуальностью информации, точностью, исключая возможность толкований и неясностей, лаконичностью формулировок, применением «языковых формул-клише». В тексте не допускается использование эмоционально-окрасенных форм и использование архаизмов, неологизмов, если они не имеют терминологического значения и могут быть изменены, повтор однокоренных слов в пределах одного словосочетания. Использование сокращений и аббревиатур не должно осложнять понимание текста. Текст излагается от первого лица единственного числа («считаю необходимым...», «предлагаю рассмотреть...»), если письмо оформлено на должностное лицо.
Текст документа печатается от левой границы текстового поля и выравнивается по ширине листа (по правому краю и правого поля документа). Абзацы отступ первой строки текста документа должны составлять 1,25 см.
В текстах документов употребляются только общепринятые аббревиатуры и графические сокращения. При употреблении в тексте фамилий лиц инициалы указываются после фамилии.
В деловых (служебных) письмах может использоваться вступительное обращение, например:
Уважаемый господин Председатель!
Уважаемый Николай Петрович!
Уважаемые господа!
В обращении по должности наименование должности пишется с прописной буквы, в обращении по фамилии – инициалы не указываются.
В конце текста может использоваться заключительная этикетная фраза:
С уважением, ...
Данная фраза выдвигается запятой и печатается с правой строки (1,25 см).
При составлении документов на двух и более страницах вторая и последующие страницы должны быть пронумерованы. Номера страниц проставляются по середине верхнего поля документа на от расстоянии не менее 10 мм от верхнего края листа.
Отметка о приложении содержит сведения о документе (документах), прилагаемом(ым) к основному документу. Данный реквизит документа оформляется под текстом от границы левого поля (без правой строки) следующим образом.
Если приложение является в тексте:
Приложение: на 5 л. в 2 экз.
Если приложение не названо в тексте или если приложений несколько, указывается наименование документа-приложения; количество листов и количество экземпляров каждого приложения; при наличии нескольких приложений они нумеруются, например:

4

Приложение: 1. Положение об Управлении кредитования на 5 л. в 1 экз.
2. Штатная численность Управления кредитования на 1 л. в 2 экз.
Если приложения сброшюрованы, количество листов не указывается, например: Приложение: отчет о НИР в 2 экз.
Если документ направляется в несколько адресов, в приложение к нему не во все адреса, по указывается в какой адрес оно направляется, например:
Приложение: на 5 л. в 1 экз. в первый адрес.
В состав реквизита «Подпись» входят: наименование должности лица, подписывающего документ (без указания наименования Банка, если документ оформлен на бланке), его собственноручная подпись, расшифровка подписи (инициалы и фамилия), например:
Председателя Совета директоров (подпись) И.О. Фамилия
При оформлении документа на должностном бланке наименование должности в подписи не указывается.
При подписании документа несколькими должностными лицами их подписи располагают одну за другой в последовательности, соответствующей занимаемым должностям.
При подписании документа несколькими лицами равных должностей их подписи располагают на одном уровне.
При подписании документа лицом, исполняющим обязанности руководителя, подпись оформляется с указанием статуса должностного лица в соответствии с приказом, например:
И.О. генерального директора (подпись) И.О. Фамилия
При подписании документа лицом, имеющим право подписи в случае временного отсутствия руководителя, исправления в наименование должности и расшифровку фамилии уже использованного и составленного документа вносится от руки или с использованием соответствующих штампов. Написание предлога «за» или проставление косой черты перед наименованием должности не допускается.
Печать Банка проставляется на документах, требующих особого удостоверения их подлинности.
Печатаются Банк удостоверяются документы, подписанные Председателем Банка, руководителями Банка, имеющими доверенность от имени Банка на подписание соответствующих документов.
Оттиск печати проставляется таким образом, чтобы он захватывал часть наименования должности лица, подписавшего документ, не закрывая собственноручной подписи или в месте, обозначенном «МП» («Место печати»).
Отметка об исполнителе должна включать фамилию, имя и отчество исполнителя, номер его телефона. Фамилия, имя и отчество лица, исполнившего документ, пишется полностью. Отметка об исполнителе может дополняться наименованием должности, структурного подразделения и электронным адресом исполнителя.
Отметка об исполнителе оформляется на лицевой стороне последнего листа документа от границы левого поля, или, при отсутствии места, – на оборотной стороне внизу слева, печатается шрифтом меньшего размера (Times New Roman 10 размер), например:
Забелин Иван Александрович, ведущий специалист Контрольного управления,
тел.: +7 (495) 924-45-67, zab@psb.ru
Отметка об исполнителе может оформляться как нижний колонтитул.
С уважением,
Директор Департамента корпоративного управления И.О. Фамилия

05.3

Визитные карточки

Ниже представлены правила построения визитных карточек. Корпоративная, именная и «премиальная» визитные карточки строятся по единым принципам. В качестве исключения в «премиальной» визитной карточке оранжевый цвет меняется на тиснение серебром.

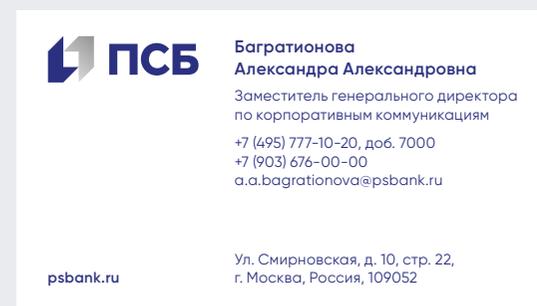
Название организации, имя фамилия и отчество, а также сайт и общий телефон набираются фирменным шрифтом синего цвета Gilroy Semibold. Остальная информация набирается Gilroy Regular.



Корпоративная визитная карточка



Именная визитная карточка



«Премиальная» визитная карточка

Оранжевый цвет меняется на серебрянное тиснение. Дизайнерская бумага более плотная

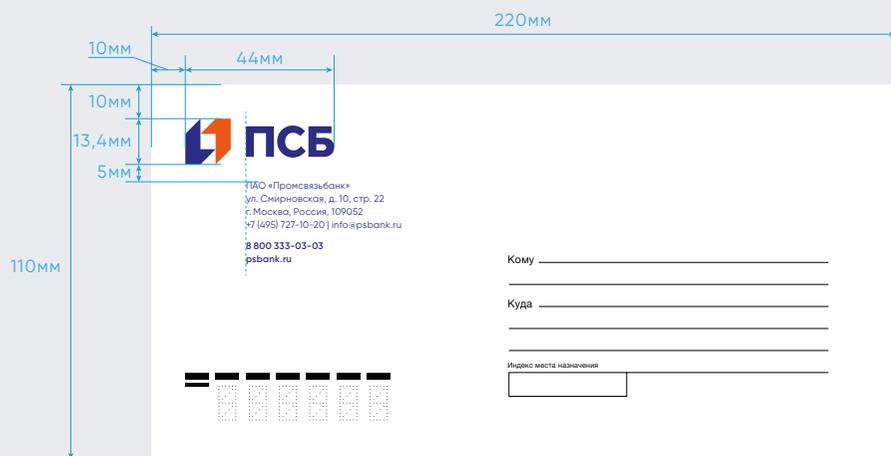
Формат – 90×50 мм.
Печать – офсетная.
Бумага – белая, матовая, плотностью 300–350 г/м².

05.4

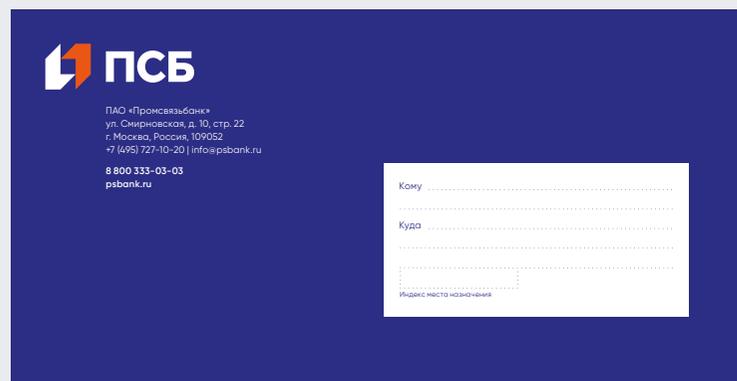
Конверт DL

Два вида конвертов: стандартный где печатается только логоблок с реквизитами, и фирменный синего цвета с напечатанными реквизитами и наклейкой либо вырубкой.

Все конверты печатаются фирменными цветами. Все тексты набираются фирменным шрифтом Gilroy Semibold и Gilroy Regular.



Почтовый конверт с напечатанными реквизитами.
Офсетная печать, 2 цвета



Фирменный конверт из дизайнерской синей бумаги с напечатанными реквизитами.
Шелкография, 2 цвета, наклейка для реквизитов принимающей стороны



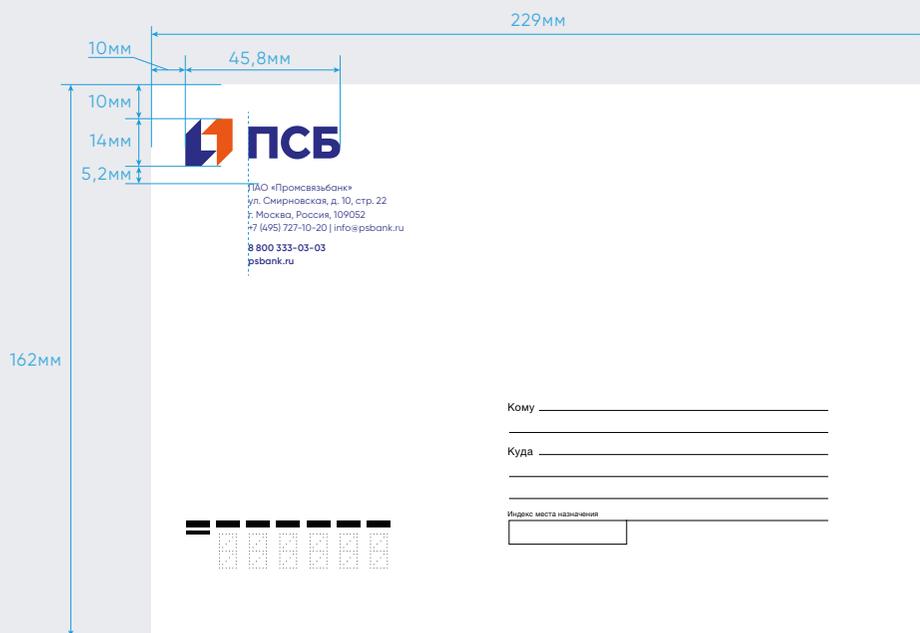
Наклейка, либо вырубка

05.4

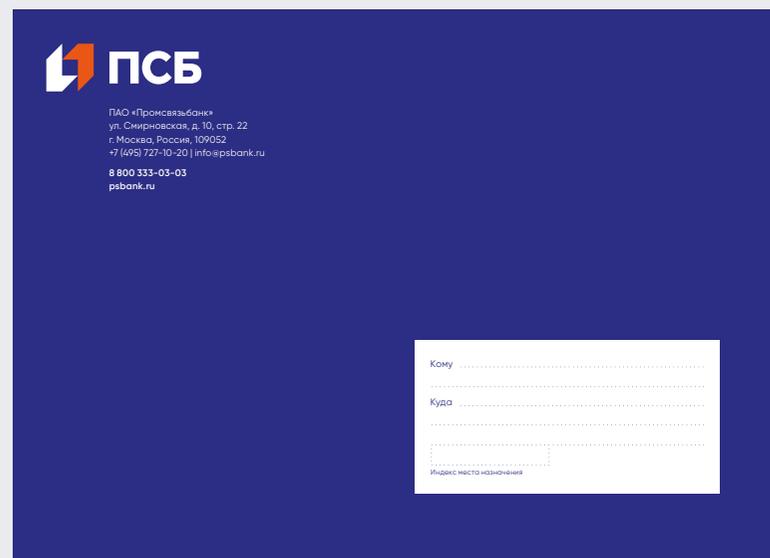
Конверт С5

Два вида конвертов: стандартный где печатается только логоблок с реквизитами, и фирменный синего цвета с напечатанными реквизитами и наклейкой либо вырубкой.

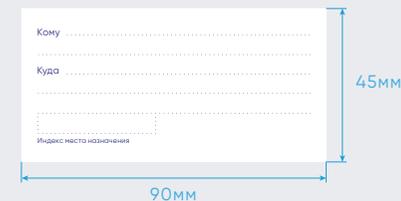
Все конверты печатаются фирменными цветами. Все тексты набираются фирменным шрифтом Gilroy Semibold и Gilroy Regular.



Почтовый конверт с напечатанными реквизитами. Офсетная печать, 2 цвета



Фирменный конверт из дизайнерской синей бумаги с напечатанными реквизитами. Шелкография, 2 цвета, наклейка для реквизитов принимающей стороны



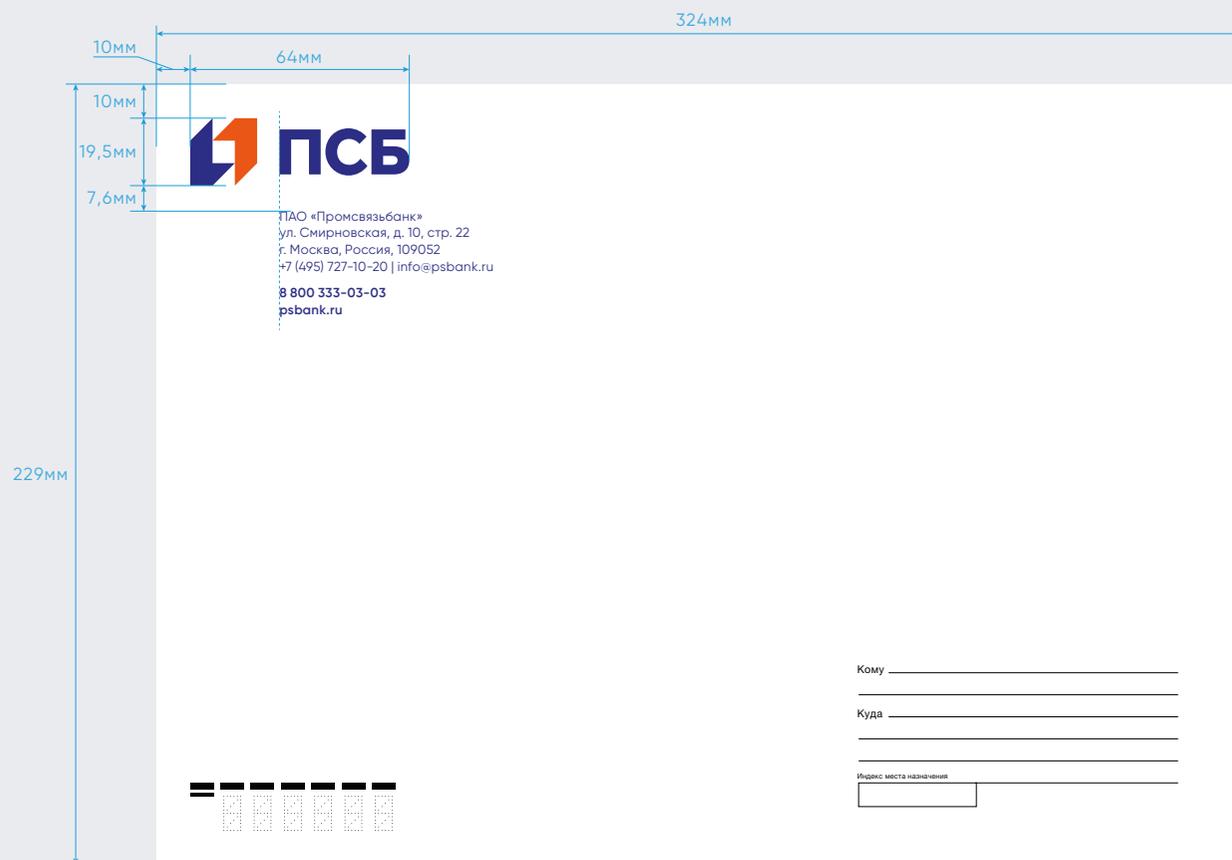
05.4

Конверт С4

Конверт стандартный где печатается только логоблок с реквизитами.

Все элементы печатаются фирменными цветами. Все тексты набираются фирменным шрифтом Gilroy Semibold и Gilroy Regular.

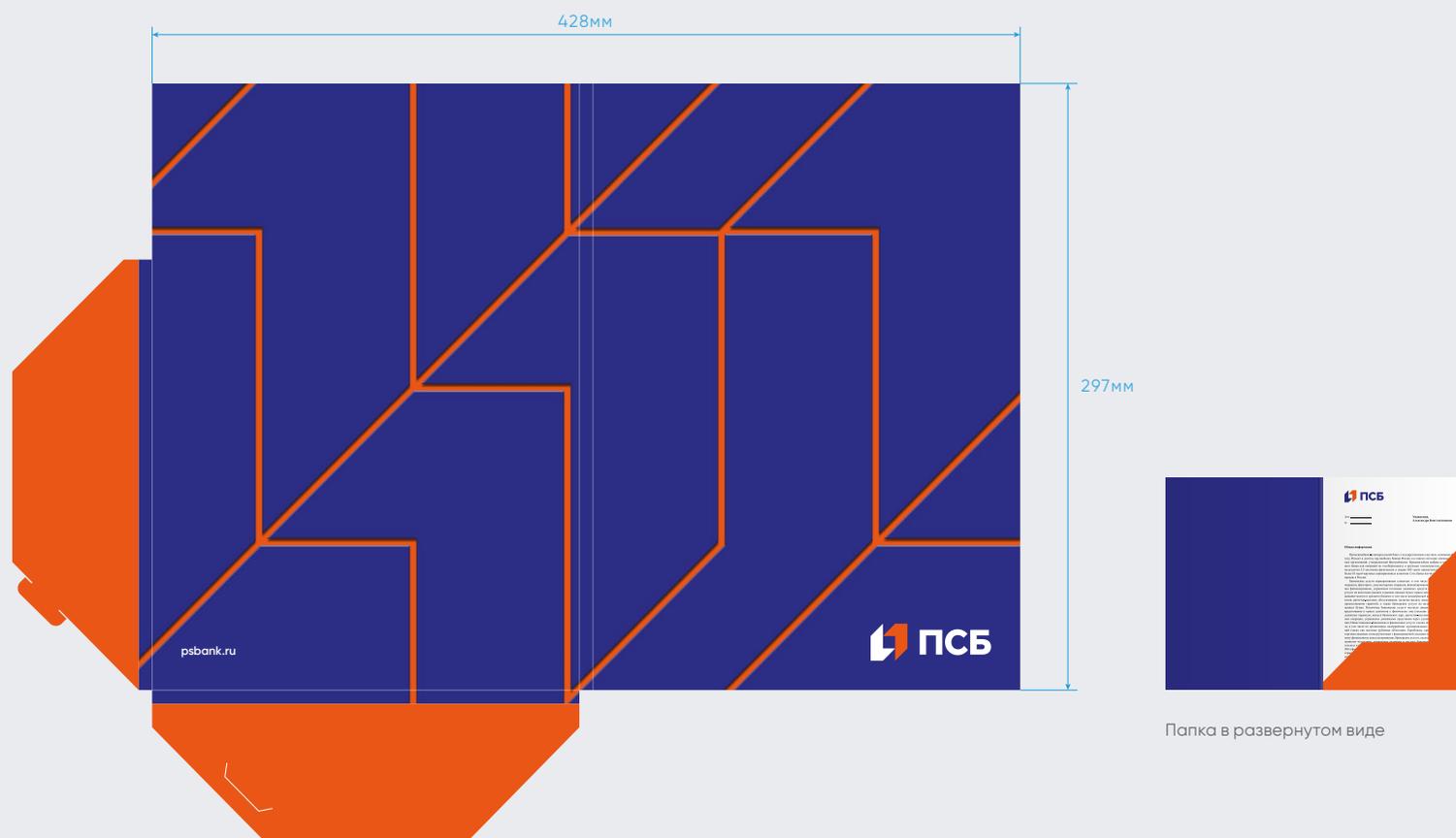
Почтовый конверт с напечатанными реквизитами. Офсетная печать, 2 цвета



05.5

Фирменная папка

Фирменная папка под формат А4. Папка брендируется фирменным паттерном. На лицевой части располагается логотип, на обороте сайт. Внутренние клапаны красятся в фирменный оранжевый цвет и собираются в форму стрелки.



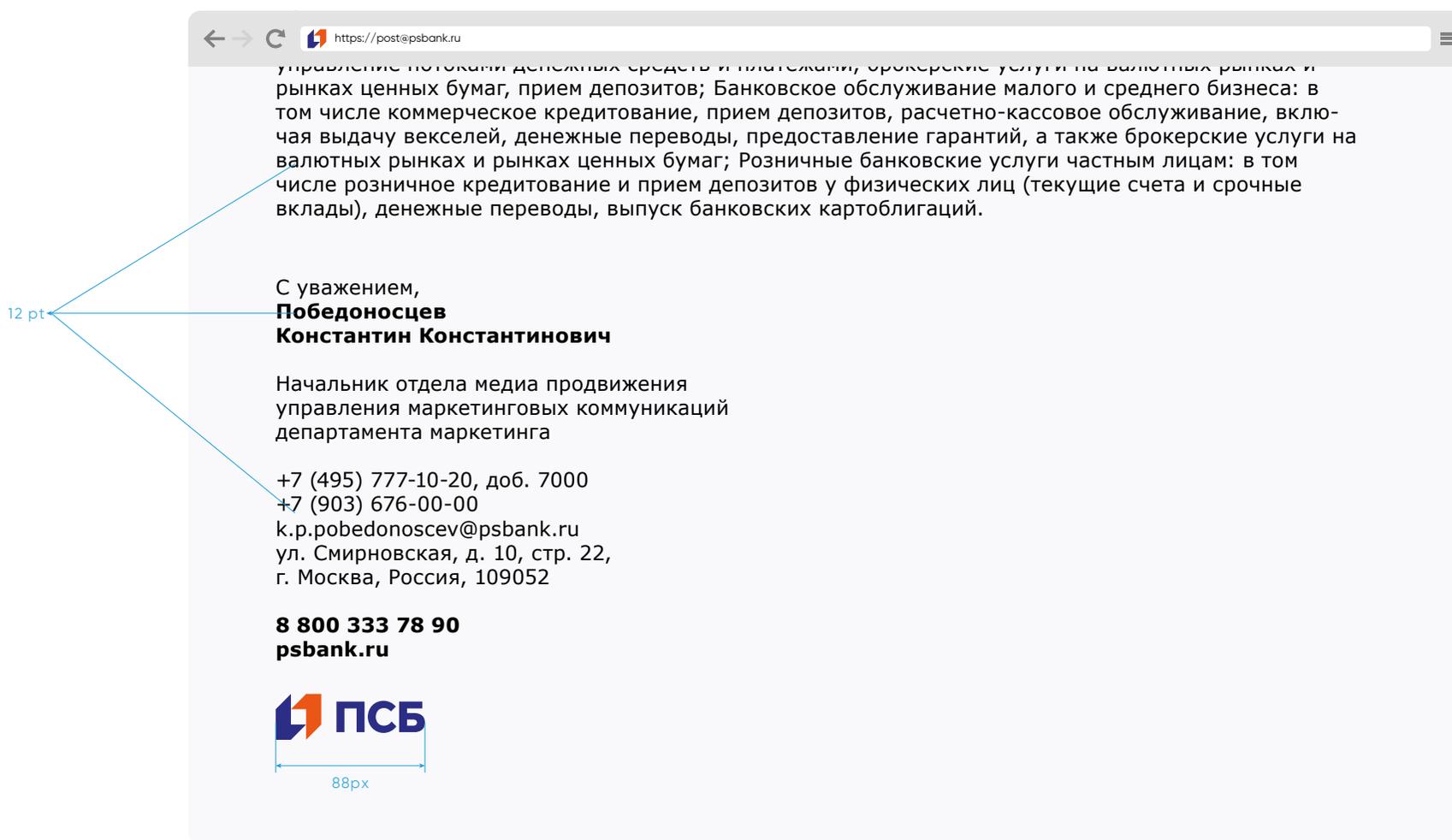
Папка в развернутом виде

05.6

Шаблон подписи электронного письма

В электронной подписи необходимо использовать шрифт Verdana. Для фамилии, имени и отчества используется Verdana Bold размером 12 pt, для остальной информации – Verdana Regular 12 pt.

В конце подписи ставится логоблок размером 88 px.

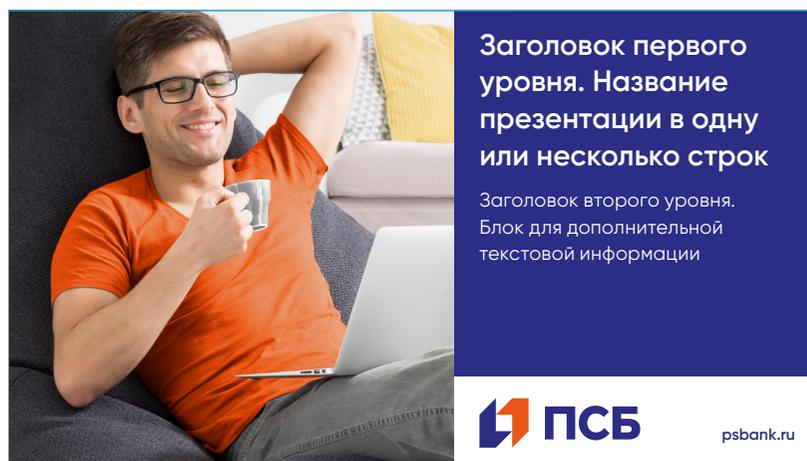


05.7

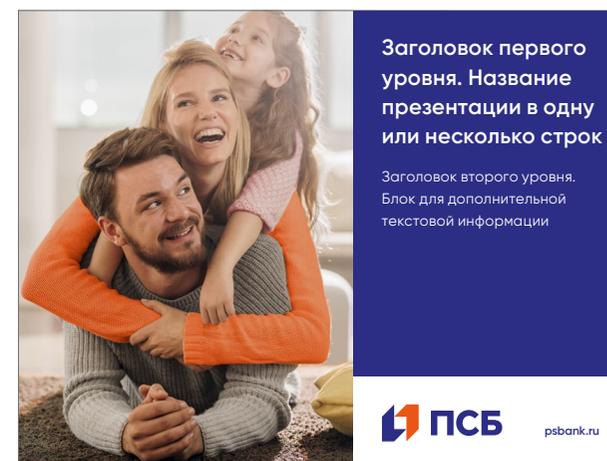
Шаблон титульного слайда презентации для медиа-носителей

Титульный слайд для презентации делится на три части: имиджевую с большим изображением; информационную, где на цветной подложке пишется название презентации; бренд-зону с логотипом и сайтом.

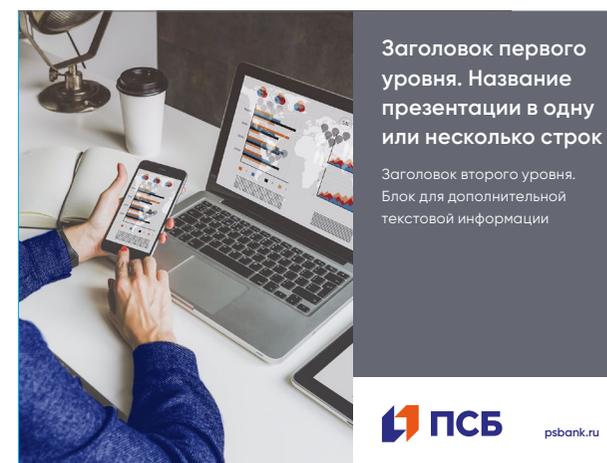
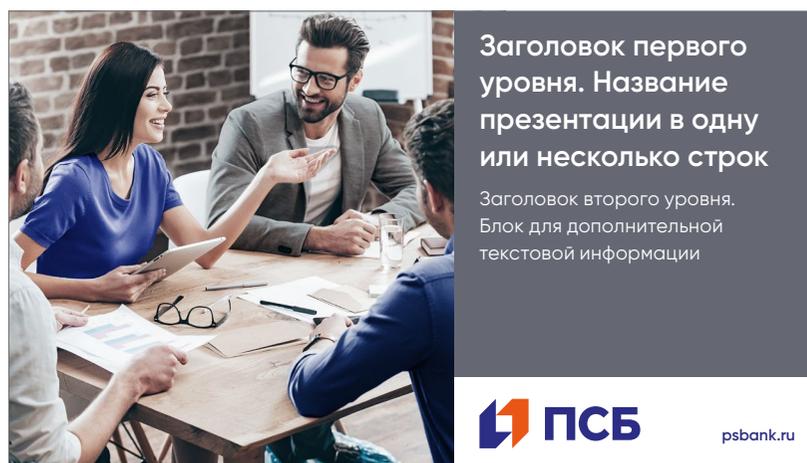
Для розничного бизнеса используется синяя подложка/ Для малого и среднего бизнеса – серый фон.



Размер 16x9



Размер 4x3



05.7

Шаблон слайдов презентации для медиа-носителей

Ниже представлен набор типовых шаблонов слайдов для создания презентации.

Перед каждым разделом презентации рекомендуется ставить шмунцтитул (слайд предваряющий начало раздела). Он помогает облегчить навигацию внутри презентации. Для отображения графиков, цитат, таблиц

используется линейная графика, которая рисуется фирменными цветами.

Текстовую информацию необходимо набирать фирменным шрифтом Gilroy. Если данный шрифт не предустановлен на компьютере, то необходимо использовать системный шрифт Verdana.

Заголовок слайда в одну или две строки. Количество строк зависит от длины заголовка.

Заголовок в текст. Выбирается шрифт Verdana Bold.

Текстовый, информационный, и рекламный контент размещается в центре слайда, чтобы сделать акцент на его содержании, и на фоне темного цвета. Текст может быть выровнен по центру, по левому или по правому краю. Это придает слайду вид заголовка (титла). Он помогает выделить ключевые моменты и документы или презентации, которые будут представлены. Важно помнить о том, что текст должен быть легко читаемым. Слова и буквы должны быть хорошо различимы при просмотре с экрана. Слова и буквы должны быть хорошо различимы при просмотре с экрана. Слова и буквы должны быть хорошо различимы при просмотре с экрана. Слова и буквы должны быть хорошо различимы при просмотре с экрана.

Слайд с текстом и фото

Текстовый блок

Двадцать выводов, что при оценке деловой и корпоративной культуры «чужак» может не сразу почувствовать себя комфортно. Если вы хотите, чтобы ваш сотрудник чувствовал себя комфортно, вы должны убедиться, что он чувствует себя комфортно. Если вы хотите, чтобы ваш сотрудник чувствовал себя комфортно, вы должны убедиться, что он чувствует себя комфортно.

Принципы оформления выносок с ключевой информацией

Мы предпринимаем необходимые меры для обеспечения безопасности и сохранности денежных средств наших клиентов

«В начале года российские власти объявили, что на базе проблемного Промсвязьбанка (ПСБ) будет создан опорный банк, который возьмет на себя операции по гособоронзаказу и крупным госконтрактам».

«Коммерсантъ»

2019 ПСБ входит в топ-10 крупнейших банков России

Таблицы

Базовые процентные ставки по счету²

Суммовые сегменты минимального остатка на счете в течение месяца	до 700 000 Р (включительно)	от 700 000 Р
Базовая ставка, % годовых	6,5	5,5
Текущая ставка, % годовых	5	6

Диаграммы и графики

Пример выплаты базовых процентов

Процентные ставки с надбавками за оплату покупок картами ПСБ²

Сумма покупки	Процентная ставка
от 10 000 Р	6,8%
от 30 000 Р	7,2%
от 50 000 Р	7,5%
от 80 000 Р	8,0%

Слайд с несколькими фотографиями

Спасибо!

Фамилия
Имя Отчество
Должность

+7 (495) 546-44-44
+7 (925) 991-02-39
name@psbank.ru

ПСБ psbank.ru

05.7

Шаблон титульного слайда презентации для печати

Титульный слайд для презентации делится на две части: имеджевую с фирменным паттерном; информационную и бренд-зону, где на белом фоне пишется название презентации и располагается логотип с сайтом.

Для розничного бизнеса используется паттерн и шрифт синего цвета. Для малого и среднего бизнеса серый паттерн и шрифт.

Данное решение позволяет экономнее расходовать чернила в офисном принтере.



Размер 16x9



Размер 4x3



Спасибо!

