

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ
МЕМОРИАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»

(ГБУК РК «КРЫМСКИЙ ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ
МЕМОРИАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»)

ПРИКАЗ

« 20 » августа 2019 года

№ 56-из

г. Ялта

О проведении конкурса
по определению исполнителя
на разработку дизайн-проекта
брендбука ГБУК РК «Крымский
литературно-художественный
мемориальный музей-заповедник»
и руководства по его использованию

С целью реализации культурно-просветительской миссии музея,
продвижения и рекламы музейных услуг, а также создания фирменного стиля
для ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный
музей-заповедник»

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Организовать и провести с 30 августа по 15 ноября 2019 года
конкурс по определению исполнителя на разработку дизайн-проекта
брендбука ГБУК РК «Крымский литературно-художественный
мемориальный музей-заповедник» и руководства по его использованию
(далее – Конкурс);

2. Утвердить Положение о Конкурсе (далее – Положение) (Приложение
№ 1);

3. Создать конкурсную комиссию по определению исполнителя на
разработку дизайн-проекта брендбука ГБУК РК «Крымский
литературно-художественный мемориальный музей-заповедник» и
руководства по его использованию, в составе:

руководитель: А.А. Чернов - директор;

члены группы: С.А. Патрушев - заместитель начальника

управления Министерства культуры Республики Крым (по согласованию);

А.А. Логинов - заместитель директора;

О.О. Пернацкая - заведующий отделом;

Д.С. Панасенко - начальник отдела;

А.С. Горчакова - специалист;

Е.Ю. Чабан - специалист;

В.В. Кожин - специалист;

В.А. Франжуло - основатель и руководитель дизайн-компании (по согласованию);

С.А. Милокумов - художник, (по согласованию);

Н.А. Муравская - художница (по согласованию).

3. Конкурсной комиссии определить победителя Конкурса, внести свои предложения по дальнейшему использованию работы - победителя Конкурса;

5. Начальнику отдела приема посетителей, организации мероприятий и развития Д.С. Панасенко зарегистрировать авторские права на работу - победителя Конкурса;

6. Специалисту по маркетингу отдела приема посетителей, организации мероприятий и развития А.С. Горчаковой осуществить информационное обеспечение проведения Конкурса, а также опубликовать результаты конкурса на официальном сайте ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник»;

7. Контроль за исполнением приказа оставляю за собой.

Директор



А.А. Чернов

Согласовано:

Заместитель директора



А.А. Логинов

Заведующий отделом



О.О. Пернацкая

Начальник отдела



Д.С. Панасенко



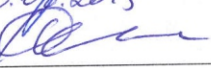

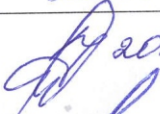
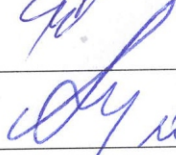
Юрисконсульт



В.В. Алексеев

Д.С. Панасенко
начальник отдела приема посетителей,
организации мероприятий
и развития
+7(988)317-91-33

С приказом ознакомлены:

№/ № п/п	Должность	Ф.И.О.	Подпись
1.	Заместитель директора	А.А. Логинов	 20.08.2019
2.	Заведующий отделом	О.О. Пернацкая	 20.08.2019
3.	Начальник отдела	Д.С. Панасенко	 20.08.2019
4.	Специалист по учету музейных предметов	В.В. Кожин	 20.08.2019.
5.	Специалист по экспозиционной и выставочной деятельности	Е.Ю. Чабан	 20.08.2019
6.	Специалист по маркетингу	А.С. Горчакова	 20.08.19

УТВЕРЖДЕНО

Приказом
ГБУК РК «Крымский
литературно-художественный
мемориальный музей-заповедник»
от 20.08.2018 № 56-инд

ПОЛОЖЕНИЕ

**о конкурсе по определению исполнителя на разработку дизайн-проекта
брендбука ГБУК РК «Крымский литературно-художественный
мемориальный музей-заповедник» и руководства по его использованию**

1. Основные понятия

1.1. Бренд (англ. brand, — марка) — термин в маркетинге, символическое воплощение комплекса информации, связанного с определённым продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы и символы). Брендбук - это свод визуальных корпоративных стандартов и правил, инструкция по практическому использованию фирменного стиля в повседневной работе компании.

1.2. Фирменный стиль (айдентика или корпоративный стиль) — набор графических форм и принципов построения, объединённых одной идеей, основная задача которых — выделить компанию среди подобных и создать узнаваемый образ в глазах потребителей. Корпоративный стиль — важнейший элемент имиджа компании и основа ее бренда.

1.3. Логотип - оригинальное начертание наименования организации или товара. Логотип - стилизованное шрифтовое начертание названия, фирменный знак или фирменный блок (комбинация условного знака и названия), обозначающий организацию или товар. Логотип призван идентифицировать компанию среди конкурентов, привлекать внимание к товару или услуге. Логотип должен нести смысловую нагрузку, ассоциироваться с деятельностью компании, а его эстетическая составляющая — воздействовать на глубинные аспекты сознания потребителя и вызывать доверие аудитории. Логотип — прежде всего элемент фирменного стиля.

1.4. Нейминг - это процесс создания названий, основанный на знании законов рынка и психологии. Современное, благозвучное, удобное в использовании слово, в сочетании с продуманными визуальными и смысловыми ассоциациями, является первым шагом на пути к успеху.

1.5. Слоган — короткий рекламный лозунг, девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую и запоминающуюся формулировку идеологии и принципов деятельности организации.

2. Общие положения

2.1. Настоящее Положение о конкурсе по определению исполнителя на разработку дизайн-проекта брендбука ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник» (далее - Музей) регламентирует порядок проведения и условия конкурса по определению исполнителя на разработку дизайн-проекта брендбука музея и руководства по его использованию (далее – Конкурс, Положение, брендбук);

2.2. Учредителем Конкурса является Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник» (далее также – Музей);

2.3. Учредитель формирует конкурсную комиссию (далее - Комиссия) из представителей Министерства культуры Республики Крым,

представителей дизайн-сообществ и сотрудников Музея. Состав Комиссии утверждается Приказом директора Музея;

2.4. Музей утверждает и публикует итоги Конкурса на официальном сайте Музея;

2.5. Подробное техническое задание на разработку дизайн-проекта брендбука и руководства к его использованию содержится в Приложении №1 настоящего Положения;

2.6. Местонахождение Государственного бюджетного учреждения культуры Республики Крым «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник» - Республики Крым, 298637, г.Ялта, ул. Кирова, дом 112.

3. Цели и задачи конкурса

3.1. Цель Конкурса – определение исполнителя для заключения договора на разработку брендбука Музея и руководства по его использованию;

3.2. Задачи Конкурса:

- поиск партнера Музея по разработке брендбука Музея и руководства по его использованию;
- формирование креативной концепции брендбука Музея;
- подготовка эскизных предложений основных элементов фирменного стиля Музея;
- разработка руководства по использованию брендбука Музея;
- объединить все филиалы Музея в один бренд.

4. Условия Конкурса

4.1. В Конкурсе могут участвовать дизайн-бюро, рекламные агентства и другие юридические лица, а также профессиональные дизайнеры, художники, аспиранты, студенты, выпускники вузов, субъекты предпринимательства и все желающие. К рассмотрению заявок допускаются как индивидуальные участники, так и авторские коллективы;

4.2. В Конкурсе участвуют работы, поступившие в Комиссию не позднее 30 октября 2019 года;

4.3. Конкурс проводится с 30 августа по 15 ноября 2019 года;

4.4. Для участия в Комиссию направляются следующие документы и материалы:

- Заявление от автора (авторов) об участии в Конкурсе или представление организации, выдвигающей работу автора (авторов), с указанием*:

1. Для физического(-их) лица(лиц):

1.1. ФИО;

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на разработку дизайн-проекта брендбука ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник» и руководства по его использованию

1. Общие сведения

1.1. Предмет оказания услуги: Разработка дизайн-проекта брендбука Музея и руководства по его использованию;

1.2. Перечень документов, на основании которых оказываются услуги: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"; Закон РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) "Об авторском праве и смежных правах"; Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации"; Федеральный закон от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации".

1.3. Цель услуги: сформировать и стандартизировать визуальное представление бренда;

1.4. Характеристика объектов оказания услуг - основные визуальные положения бренда, применимые в деловой документации, корпоративных СМИ (официальный сайт), рекламных носителях, сувенирной продукции.

2. Требования к конкурсной работе

2.1. Подготовительные работы: разработка брендбука, фирменного стиля и руководства по его использованию ведется с учетом специфики Музея;

2.2. Брендбук, фирменный стиль и руководство по его использованию разрабатывается для ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник», как музейного комплекса, в состав которого входит Дом-музей А.П. Чехова в Ялте, отдел «Чехов и Крым» на даче Омюр, дача А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе и музей А.С. Пушкина в Гурзуфе;

2.3. Каждый из музеев, входящих в комплекс, должен идентифицироваться своим фирменным цветом с учетом дизайна и интерьера музеев;

2.4. Требования к цветовым решениям брендбука: цветной и монохромный (черно-белый вариант логотипа). Выбор цветового решения определяется по усмотрению автора;

2.5. Фирменный шрифт, который будет включен в брендбук Музея, должен быть уникальным, авторским, либо, если он взят из он-лайн каталогов, необходимо приложить разрешающую документацию на использование шрифта в коммерческих целях;

2.6. Содержание руководства по использованию брендбука должно обязательно включать в себя следующие пункты и подпункты:

художественность и эстетичность, а также фирменный стиль должен быть интуитивно понятным не только для русскоязычных посетителей Музея;

4.7. Комиссия оценивает поступившие на Конкурс работы в следующем порядке:

- универсальность, лаконичность, возможность дальнейшего развития элементов фирменного стиля, новизна идеи, художественность и эстетичность (оценка производится по пятибалльной шкале от 1 до 5 баллов);
- возможность дальнейшего развития элементов фирменного стиля (оценка производится по пятибалльной шкале от 1 до 5 баллов);
- фирменный стиль должен быть интуитивно понятным не только для русскоязычных посетителей Музея (оценка производится по пятибалльной шкале от 1 до 5 баллов);
- новизна идеи, художественность и эстетичность (оценка производится по пятибалльной шкале от 1 до 5 баллов);
- соответствие условиям технического задания Конкурса (Приложение №1) (оценка производится по пятибалльной шкале от 1 до 5 баллов).

4.8. По результатам оценки работ в соответствии с критериями, указанными в пункте 4.4 Положения, Комиссия формирует рейтинг работ. В Конкурсе побеждает работа, набравшая наибольшее количество баллов;

4.9. Работы, присылаемые на Конкурс, не возвращаются и не используются автором в дальнейшем;

4.10. Конкурсная заявка с неполным комплектом документов, определенных пунктом 3.4 Положения, к участию в Конкурсе не допускается.

5. Подведение итогов Конкурса

5.1. Итоги Конкурса подводятся до 15 ноября 2019 года. Результаты Конкурса публикуются на сайте Музея <http://yalta-museum.ru>.

5.2. Комиссия определяет победителя по рейтингу работ. Решение Комиссии является окончательным и не подлежит пересмотру. Результаты Конкурса заносятся в протокол, который подписывает председатель Комиссии.

5.3. С победителем Конкурса заключается договор на разработку брендбука Музея ценой 100000 (сто тысяч) рублей 00 копеек, включая налоги, предусмотренные законодательством Российской Федерации, с условием передачи исключительных прав на выполненную работу Музею. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на

7. Полиграфическая продукция

- 7.1. Варианты использования торговой марки в печатных изданиях (книги, брошюры)
- 7.2. Использование торговой марки в рекламной полиграфии (флаера, буклеты, каталоги)
- 7.3. Торговая марка на входных билетах
- 7.4. Открытки

8. Сувенирная продукция

- 8.1. Фирменные футболки (сочетание логотипа музея и авторских иллюстраций/принтов)
- 8.2. Кружки с символикой музея
- 8.3. Фирменные пакеты с логотипом
- 8.4. Подарочные пакеты
- 8.5. Магниты

9. Корпоративная символика для внутреннего использования

- 9.1. Бейджи для сотрудников
- 9.2. Фирменные значки
- 9.3. Фирменная форма для сотрудников музея

2.6. Остальные пункты содержания руководства по использованию брендбука на усмотрение автора конкурсной работы;

2.7. Автор (Правообладатель), победивший в Конкурсе, предоставляет исходные материалы брендбука в формате Adobe Illustrator (*.ai) либо Corel Draw (*.cdr) для векторных изображений, Adobe Photoshop (*.psd, *.tiff) для растровых изображений. Победитель передает учредителю Конкурса исключительные права на Конкурсную работу и ее составные элементы, по договору на передачу исключительных прав. Учредитель оставляет за собой право на дальнейшую модернизацию и переработку принятого фирменного стиля на основе Конкурсной работы победителя.

3. Философия Музея

3.1. Миссия музея - это уникальное пространство, призванное служить межкультурному взаимодействию, информационному и ценностному обмену между различными социальными общностями и сообществами, этносами, поколениями, профессиональными, возрастными, территориальными и иными субкультурами;

3.2. Перед Музеем стоят три основных цели:

- исследовать, сохранять, представлять культуру Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом от 25.06.2002 N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации";
- формировать российскую культурную идентичность, привлекая внимание общества к той важной роли, которую играют в ней литература в целом и наши музеи в частности;
- делать жизнь людей лучше, открывая широкий доступ к шедеврам русской литературы.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на разработку дизайн-проекта брендбука ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник» и руководства по его использованию

1. Общие сведения

1.1. Предмет оказания услуги: Разработка дизайн-проекта брендбука Музея и руководства по его использованию;

1.2. Перечень документов, на основании которых оказываются услуги: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"; Закон РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) "Об авторском праве и смежных правах";

1.3. Цель услуги: сформировать и стандартизировать визуальное представление бренда;

1.4. Характеристика объектов оказания услуг - основные визуальные положения бренда, применимые в деловой документации, корпоративных СМИ (официальный сайт), рекламных носителях, сувенирной продукции.

2. Требования к конкурсной работе

2.1. Подготовительные работы: разработка брендбука, фирменного стиля и руководства по его использованию ведется с учетом специфики Музея;

2.2. Брендбук, фирменный стиль и руководство по его использованию разрабатывается для ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник», как музейного комплекса, в состав которого входит Дом-музей А.П. Чехова в Ялте, отдел «Чехов и Крым» на даче Омюр, дача А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе и музей А.С. Пушкина в Гурзуфе;

2.3. Каждый из музеев, входящих в комплекс, должен идентифицироваться своим фирменным цветом с учетом дизайна и интерьера музеев;

2.4. Требования к цветовым решениям брендбука: цветной и монохромный (черно-белый вариант логотипа). Выбор цветового решения определяется по усмотрению автора;

2.5. Фирменный шрифт, который будет включен в брендбук Музея, должен быть уникальным, авторским, либо, если он взят из он-лайн каталогов, необходимо приложить разрешающую документацию на использование шрифта в коммерческих целях;

2.6. Содержание руководства по использованию брендбука должно обязательно включать в себя следующие пункты и подпункты:

1. Стратегия бренда
 - 1.1. Наши ценности
 - 1.2. Наша философия
 - 1.3. Характер бренда
2. Идентификация бренда
 - 2.1. Логотип
 - 2.2. Пропорции логотипа
 - 2.3. Охранное поле вокруг логотипа
 - 2.4. Символ бренда
 - 2.5. Символ бренда с трехмерным эффектом
 - 2.6. Основные цвета логотипа
 - 2.7. Неправильное использование логотипа
 - 2.8. Пропорции логотипа в овале
3. Элементы бренда
 - 3.1. Цветовая палитра бренда
 - 3.2. Ч/б структура бренда
 - 3.3. Фирменный паттерн
4. Шрифты
 - 4.1. Фирменный шрифт
 - 4.2. Примеры применения фирменного шрифта
 - 4.3. Дополнительный шрифт
 - 4.4. Примеры использования дополнительного шрифта
5. Внутренние навигационные вывески
 - 5.1. Элементы навигации в музеях комплекса
6. Корпоративная документация
 - 6.1. Фирменные бланки музея
 - 6.2. Подпись электронного письма
 - 6.3. Фирменные конверты
7. Полиграфическая продукция

- 7.1. Варианты использования торговой марки в печатных изданиях (книги, брошюры)
- 7.2. Использование торговой марки в рекламной полиграфии (флаера, буклеты, каталоги)
- 7.3. Торговая марка на входных билетах
- 7.4. Открытки
8. Сувенирная продукция
 - 8.1. Фирменные футболки (сочетание логотипа музея и авторских иллюстраций/принтов)
 - 8.2. Кружки с символикой музея
 - 8.3. Фирменные пакеты с логотипом
 - 8.4. Подарочные пакеты
 - 8.5. Магниты
9. Корпоративная символика для внутреннего использования
 - 9.1. Бейджи для сотрудников
 - 9.2. Фирменные значки
 - 9.3. Фирменная форма для сотрудников музея

2.6. Остальные пункты содержания руководства по использованию брендбука на усмотрение автора конкурсной работы;

2.7. Автор (Правообладатель), победивший в Конкурсе, предоставляет исходные материалы брендбука в формате Adobe illustrator (*.ai) либо Corel Draw (*.cdr) для векторных изображений, Adobe Photoshop (*.psd, *.tiff) для растровых изображений. Победитель передает учредителю Конкурса исключительные права на Конкурсную работу и ее составные элементы, по договору на передачу исключительных прав. Учредитель оставляет за собой право на дальнейшую модернизацию и переработку принятого фирменного стиля на основе Конкурсной работы победителя.

3. Философия Музея

3.1. Миссия музея - это уникальное пространство, призванное служить межкультурному взаимодействию, информационному и ценностному обмену между различными социальными общностями и сообществами, этносами, поколениями, профессиональными, возрастными, территориальными и иными субкультурами;

3.2. Перед Музеем стоят три основных цели:

- исследовать, сохранять, представлять и популяризировать великих русских писателей в Республике Крым и Российской Федерации;
- формировать российскую культурную идентичность, привлекая внимание общества к той важной роли, которую играют в ней литература в целом и наши музеи в частности;
- делать жизнь людей лучше, открывая широкий доступ к шедеврам русской литературы.

3.3. Наши ценности

Вдохновение

Мы считаем, что искусство, просвещение и творчество меняют жизнь людей к лучшему.

Гордость

Мы прославляем великих отечественных писателей и осознаем большую ответственность за продолжение традиций Музея, связанных с сохранением культурного наследия для будущих поколений.

Ориентация на посетителей

Планируя и осуществляя свою деятельность, мы уделяем основное внимание запросам нашей аудитории.

Креативность

Мы разрабатываем новые способы работы с аудиторией и площадками; в наших проектах участвуют как профессионалы, так и широкая публика.

Открытость для сотрудничества

Мы активно ищем возможности сотрудничества с другими организациями и талантливыми людьми на местном, национальном и международном уровне, чтобы наши программы, выставки и мероприятия были более разнообразными, качественными и актуальными.

Гостеприимство

Мы последовательно придерживаемся принципов открытости и доступности.

Соответствие высоким стандартам качества

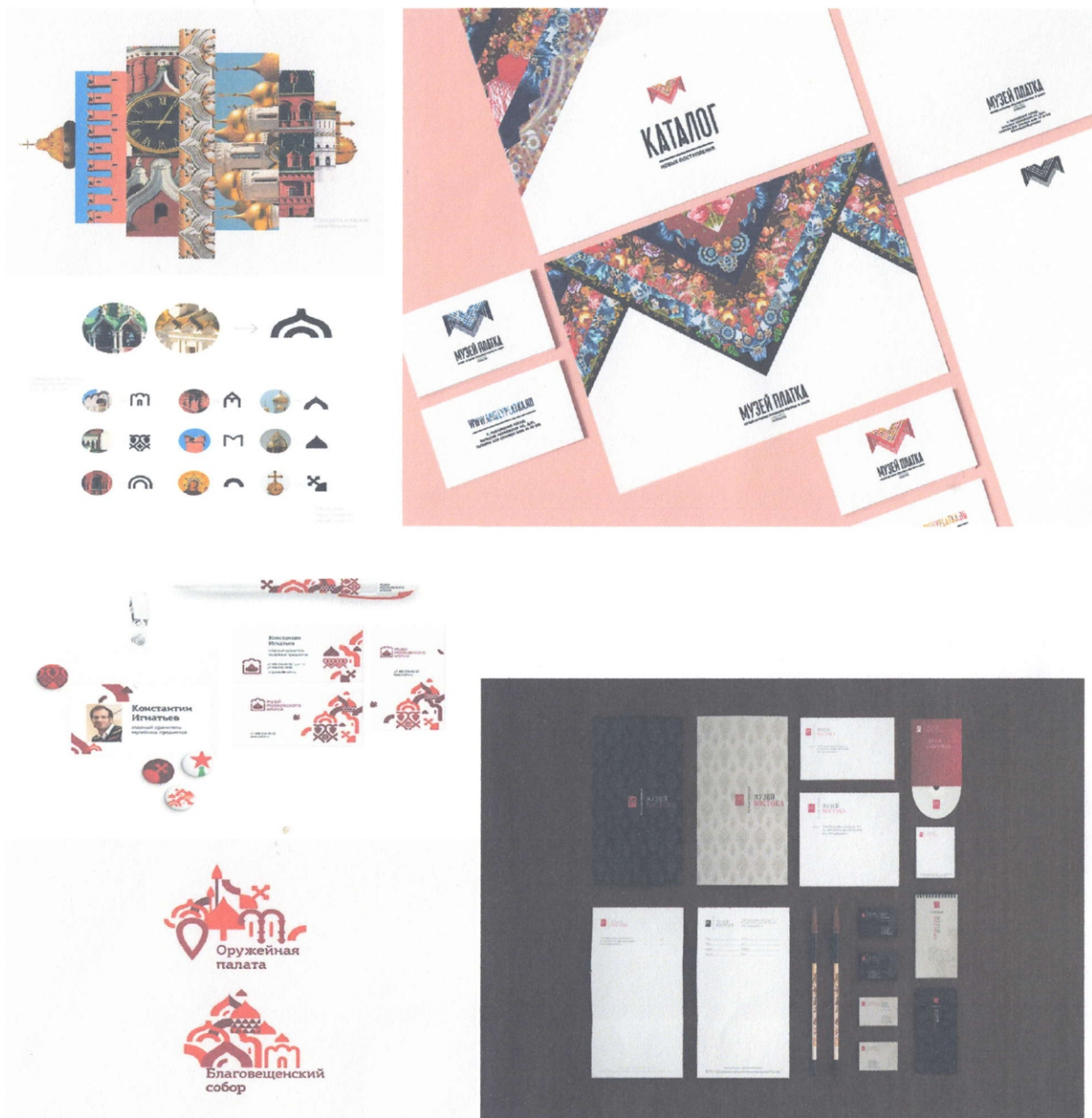
Для всех наших посетителей и партнеров очевидна наша приверженность качеству: в научной деятельности, в работе с коллекцией, в публикациях, в состоянии помещений, на нашем официальном сайте, в сувенирной продукции.

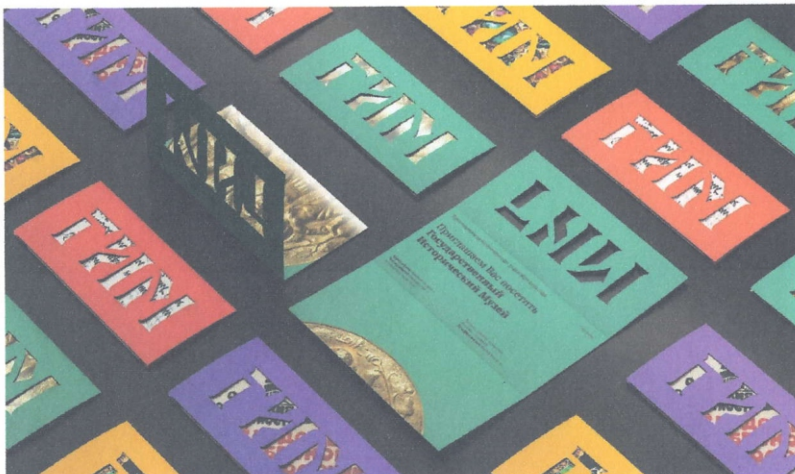
Профессионализм

Все подразделения соответствуют самым высоким стандартам профессионализма, коммуникации и сотрудничества.

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В ПРАКТИКАХ МИРОВЫХ МУЗЕЕВ

Примеры работ носят рекомендательных характер - в каком направлении необходимо двигаться конкурсантам.







МУЗЕЙ
ИСТОРИИ РУССКОГО
ПЛАТКА



павлопадские
платки

юбилейные
платки

агитационные
платки



ЦЕРКОВЬ
ВОЗНЕСЕ-
НИЯ
ГОСПОДНЯ

ЦЕРКОВЬ
ВОЗНЕСЕ-
НИЯ
ГОСПОДНЯ