

БРАНД НАРЪЧНИК

ЗАБЕЛЕЖКА: ТОЗИ НАРЪЧНИК ПРЕДСТАВЛЯВА СЪКРАТЕНА ВЕРСИЯ НА БРАНД НАСОКИТЕ.
ЗА ПОДРОБНА ИНФОРМАЦИЯ ОТНОСНО ДИЗАЙНИ, ШАБЛОНИ И НАСОКИ ЗА ТЯХНОТО ИЗПОЛЗВАНЕ, СЕ
СВЪРЖЕТЕ С ОТДЕЛ “МАРКЕТИНГ И ПРИЕМ”.

01 ЗА ВУМ



ВУМ е международно висше училище с обучение на английски език, със силни връзки с индустрията и практически, предприемачески подход към обучението.

Ключови факти:

- Създадено през 1996 г;
- Акредитирано от Национална агенция за оценяване и акредитация на Република България;
- Програми с преподаване изцяло на английски език.

Кампуси:

- Варна – Основен кампус;
- Добрич – Международен кампус;
- София – Административен център за обслужване на кандидат-студенти и обучаеми.

Слоган:

Превърни успеха в навик!

НАШАТА ВИЗИЯ

ВУМ да се утвърди като водещо иновативно висше училище от предприемачески тип, добре разпознаваемо в България и по света, което на основата на релевантни научни изследвания, публикации и обучение подготвя успешни личности и професионалисти, чрез които допринася за развитието на бизнес средата в България и изграждането на общество, базирано на знанието.

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО МЕНИДЖМЪНТ

НАШАТА МИСИЯ

ВУМ се ангажира:

- да предоставя качествено образование, отговарящо на нуждите на бизнеса и съвременното общество, чрез прилагане на ясно изразен интердисциплинарен подход, иновативни методи на обучение и фокус върху предприемаческите умения на студентите;
- да създава либерална среда за развитие на наука и научно-приложни изследвания, която насърчава креативността и предприемаческия дух;
- да си партнира активно с бизнеса и гражданското общество с цел трансфер на иновации и развитие на социално предприемачество.



03

НАШИТЕ ЦЕННОСТИ

Ценности:

Във всички свои дейности академичната общност на ВУМ ще защитава следните принципи и ценности:

- стремеж към качество и амбиция за успех;
- етика и взаимно уважение;
- социална отговорност и устойчивост.



04

БРАНД ОБЕЩАНИЕ И ПОЗИЦИОНИРАНЕ

Бранд обещание

Подкрепяща международна учебна среда, която превръща амбицията в приложими професионални умения, реален практически опит и надеждни професионални резултати.

Позициониране

За международно ориентирани студенти и професионалисти ВУМ е висше училище в България, предлагащо обучение на английски език, което съчетава бизнес приложимост, връзка с индустрията и насоченост към практиката, така че завършилите да могат да се развиват успешно в бързо променящата се глобална икономика.



05

БРАНД ПОСЛАНИЯ

Послание	Какво имаме предвид	Доказателства, които да се показват
Създаден с международна визия	Обучение на английски език с глобална перспектива	Преподаване на английски; международни групи студенти; партньорства; гост-лектори
Насоченост към практиката	Обучение, което се превръща в реални умения	Казуси; проекти; стажове; гост-лектори; практическо оценяване
Предприемаческа нагласа	Развиваме инициативност, креативност и умение за справяне с проблеми	Предприемачески модули; иновационни редизвикателства; студентски проекти
Отговорно въздействие	Действаме етично и устойчиво	Инициативи за устойчивост; отговорна дейност; ангажираност на общността

06

СТАНДАРТНИ КРАТКИ ОПИСАНИЯ

10–15 думи

Международно висше училище в България, предлагащо обучение на английски език с практическа и предприемаческа насоченост.

25–35 думи

Висше училище по мениджмънт (ВУМ) е международно ориентирано висше училище в България с обучение на английски език, което съчетава академично качество, практическо обучение и тясно сътрудничество с индустрията в областите бизнес и мениджмънт, ИТ, хотелиерство, туризъм и кулинарни изкуства.

60–80 думи

Висше училище по мениджмънт (ВУМ) е международно ориентирано висше училище в България, основано през 1996 г., което предлага бакалавърски и магистърски програми на английски език в областите бизнес и мениджмънт, информационни технологии, хотелиерство, туризъм и кулинарни изкуства. Акредитирано от Национална агенция за оценяване и акредитация, ВУМ съчетава иновативно преподаване, практическо обучение и силни връзки с индустрията.

АУДИТОРИИ И КЛЮЧОВИ ПОСЛАНИЯ

Аудитория	Основна нужда	Основно послание	Най-добри доказателства
Кандидат-студенти	Увереност в резултатите и студентското преживяване	Програми на английски език с двойна диплома, практическо обучение, водещо до реални професионални умения.	Реализация на възпитаници, стажове, проекти, подкрепа за студентите.
Родители / настойници	Безопасност, авторитет, стойност	Акредитирано образование с реални възможности за развитие и силна подкрепа.	Акредитация, административни процеси, студентски услуги, съдействие за настаняване.
Работодатели / партньори от индустрията	Таланти и сътрудничество	Възпитаници с реален практически опит и възможности за сътрудничество.	Стажове, гост-лекции, съвместни проекти, прилагане на теорията в практика.

07 АУДИТОРИИ И КЛЮЧОВИ ПОСЛАНИЯ

Аудитория	Основна нужда	Основно послание	Най-добри доказателства
Академични партньори	Качество и съвместимост	Интернационализирана учебна програма и надеждни академични стандарти.	Програмна документация, процеси за осигуряване на качеството (QA), двустранна мобилност.
Настоящи студенти	Яснота и чувство за принадлежност	Подкрепяща общност, която ви помага да се развивате и да успявате.	Менторство; кариерни услуги, студентска общност, възможности за развитие.

ТОН И ПРАВИЛА ЗА ПИСАНЕ

Нашият тон в пет думи: професионален, подкрепящ, международен, практичен, отговорен.

Тонът се адаптира според контекста

Контекст	Тон	Комуникационни канали
Регулаторен / официален	Формален, точен, неутрален	Правилници, договори, визови/ административни писма
Академичен / качество	Ясен, основан на доказателства, уважителен	Описание на програмите, комуникация с партньори
Прием на студенти	Уверен, насърчаващ, вдъхновяващ	Уебсайт, брошури, дни на отворените врати
Студентски живот	Топъл, директен, ориентиран към общността	Социални медии, комуникация със студенти

ПРЕДПОЧИТАНА ТЕРМИНОЛОГИЯ

Да се използва

международен
/ с обучение
на английски

практически
ориентиран /
приложен / свързан
с индустрията

подкрепа /
насоки

акредитиран /
признат

Да се избягва

от световна
класа

лицензиран /
сертифициран (ако
не е точно)

гарантирана
работа

„ние се грижим
за всичко“ (ако
не е вярно)

ПРАВИЛА ЗА ИМЕНУВАНЕ И ЕЗИК

Име на висшето училище

- Първо споменаване (официално): Висше училище по мениджмънт (на английски – Varna University of Management);
- Следващи споменавания: ВУМ (на английски – VUM);
- Не смесвайте формите в рамките на едно и също заглавие (изберете само една).

Езикова политика (комуникации)

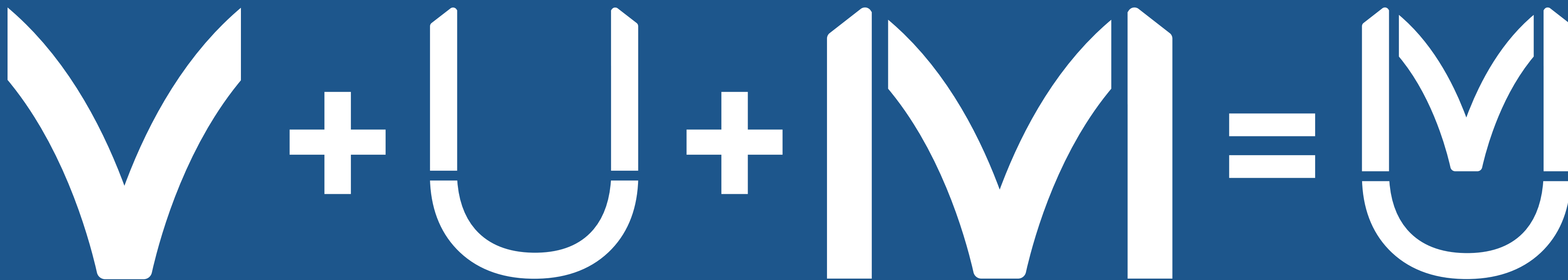
- Програми и международен маркетинг: Британски английски (British English) по подразбиране;
- Регулаторна и административна комуникация (България): Български език, когато се изисква по закон; английски превод, когато е полезно за международните студенти;
- Съгласуваност на преводите (първо смисълът, след това стилът). Да се избягва буквален („дума по дума“) превод, ако той нарушава яснотата.

Социални медии:

- Всички публикации трябва да бъдат написани на български език, последвани от превод на английски език. Двете езикови версии се разделят с празен ред, три тирета (---) и нов празен ред.

11

ЕЛЕМЕНТИ НА ЛОГОТО



12

ВЕРСИИ НА
ЛОГОТО



ТИПОГРАФИЯ



МОНОХРОМНА (СВЕТЛА)



МОНОХРОМНА (ТЪМНА)

ПРАВИЛА ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЛОГОТО

Логата на ВУМ са официални и защитени символи на Висше училище по мениджмънт. Използването им е разрешено единствено за официални университетски цели от оторизирани звена и служители:

- **Отдел „Маркетинг и прием“** – за промоционални и кандидатстудентски кампании;
- **Учебен отдел** – за документация, свързана с учебния процес;
- **Дирекция „Интернационализация и глобално сътрудничество“** – за официална документация на отдела;
- **Отдел „Проекти и приложни изследвания“** – за документация, свързана с проектната дейност на ВУМ;
- **Преподаватели** – за преподавателски и учебни материали по преподаваните дисциплини;
- **Академичен и административен състав** – за документи и материали, свързани с официалните им задължения към висшето училище;
- **Студенти** – за презентации, курсови работи, проекти и други материали, свързани с обучението им във ВУМ.

Служители или трети лица, които желаят да използват логото за материали, несвързани с дейността на висшето училище, трябва предварително да получат разрешение от Отдел „Маркетинг и прием“. За повече информация: info@vum.bg.

Неоторизираното използване е забранено.

ЦВЕТОВЕ - ОСНОВНИ ЦВЕТОВЕ

Основните цветове на ВУМ трябва да се използват във всички маркетингови материали, за да се гарантира последователна комуникация и лесно разпознаваема визуална идентичност.

C: 79

M: 39

Y: 0

K: 45

R: 29

G: 86

B: 140

HEX #1D568C

C: 11

M: 4

Y: 0

K: 45

R: 124

G: 134

B: 140

HEX #7C868C

C: 0

M: 0

Y: 0

K: 0

R: 255

G: 255

B: 255

HEX #FFFFFF

ЦВЕТОВЕ - ДОПЪЛНИТЕЛНИ ЦВЕТОВЕ

Допълващите цветове се използват като акцентни или подкрепящи елементи за обогатяване на основната цветова палитра.

C: 0

M: 84

Y: 52

K: 56

R: 112

G: 18

B: 54

HEX #873A52

C: 0

M: 22

Y: 86

K: 7

R: 237

G: 186

B: 34

HEX #EDB922

Материали, използващи цветове извън палитрата или несъответстващи на визуалната идентичност на ВУМ, могат да бъдат отхвърлени за публикуване и/или непризнати като официално съдържание.

ЦВЕТОВЕ - ДОПЪЛНИТЕЛНИ ЦВЕТОВЕ

Допълващите цветове се използват като акцентни или подкрепящи елементи за обогатяване на основната цветова палитра.

C: 15	
M: 10	R: 202
Y: 0	G: 215
K: 6	B: 239

HEX #CAD8EF

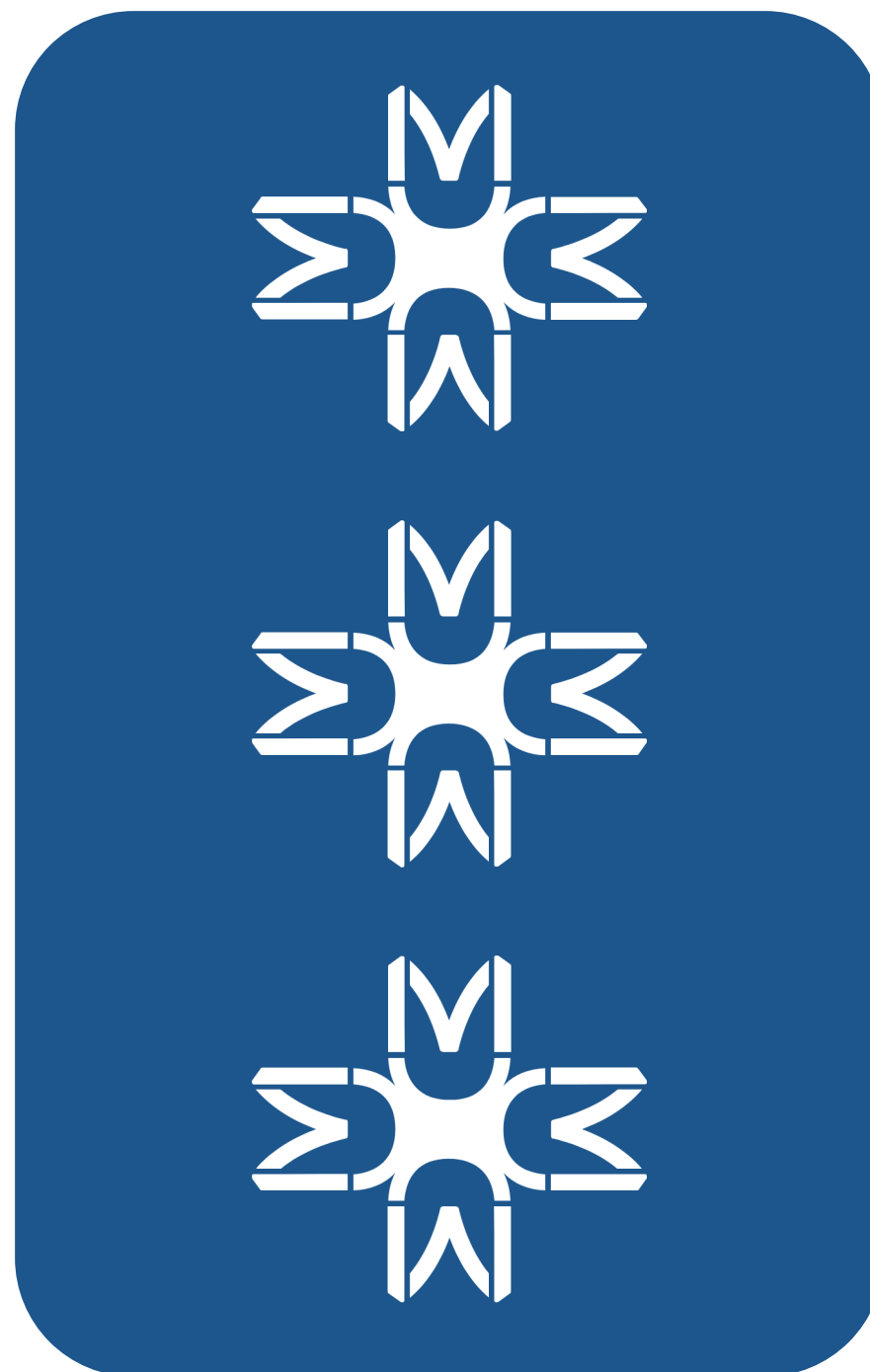
C: 0	
M: 0	R: 217
Y: 0	G: 217
K: 15	B: 217

HEX #D9D9D9

Материали, използващи цветове извън палитрата или несъответстващи на визуалната идентичност на ВУМ, могат да бъдат отхвърлени за публикуване и/или непризнати като официално съдържание.

15

ВИЗУАЛНИ ЕЛЕМЕНТИ



16

ШРИФТОВЕ

При създаване на визуални и маркетингови материали трябва да се използва следната типография:

Заглавия

Roboto

Аа, Бб, Вв, Гг, Дд, Ее, Жж, Зз,
Ии, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо,
Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц,
Чч, Шш, Щщ, Ъъ, ь, Юю, Яя

Текстове

Roboto Condensed

Аа, Бб, Вв, Гг, Дд, Ее, Жж, Зз,
Ии, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо,
Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц,
Чч, Шш, Щщ, Ъъ, ь, Юю, Яя

16

ШРИФТОВЕ

За официални, академични, институционални и обществени текстови документи трябва да се използва следната типография:

Заглавия

Times New Roman

**Аа, Бб, Вв, Гг, Дд, Ее, Жж, Зз,
Ии, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо,
Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц,
Чч, Шш, Щщ, Ъъ, Ъ, Юю, Яя**

Текстове

Times New Roman

**Аа, Бб, Вв, Гг, Дд, Ее, Жж, Зз,
Ии, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп,
Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч,
Шш, Щщ, Ъъ, Ъ, Юю, Яя**

ФОТОГРАФИЯ И ИЗОБРАЖЕНИЯ

Какво да се показва:

- Реални хора, които учат, работят в екип и презентират;
- Реална среда: класни стаи, кухни, открити пространства и събития в кампуса, посещения в индустрията;
- Варна и кампусът като контекст (но хората остават във фокуса).

Стилови насоки:

- Естествена светлина, където е възможно; да се избягва силно изкуствено осветление и светкавица;
- Да се представя разнообразие и приобщаване по естествен начин;
- Поддържат се подредени и бранд-съобразени фонове;
- Не се използват стокови изображения с прекалено изкуствен или постановъчен вид;
- Не се използват изображения, генерирани с изкуствен интелект (ИИ).

ФОТОГРАФИЯ И ИЗОБРАЖЕНИЯ

Съгласие

- Получава се писмено съгласие от лицата, включени във фотографски или видеоматериали, когато е възможно. Шаблони за съгласие се предоставят от отдел „Маркетинг и прием“;
- Когато писмено съгласие не е възможно, лицата се информират за целта на заснемането, като се гарантира тяхното удобство и се спазват личните им граници.

Случаи, в които съгласие не се изисква:

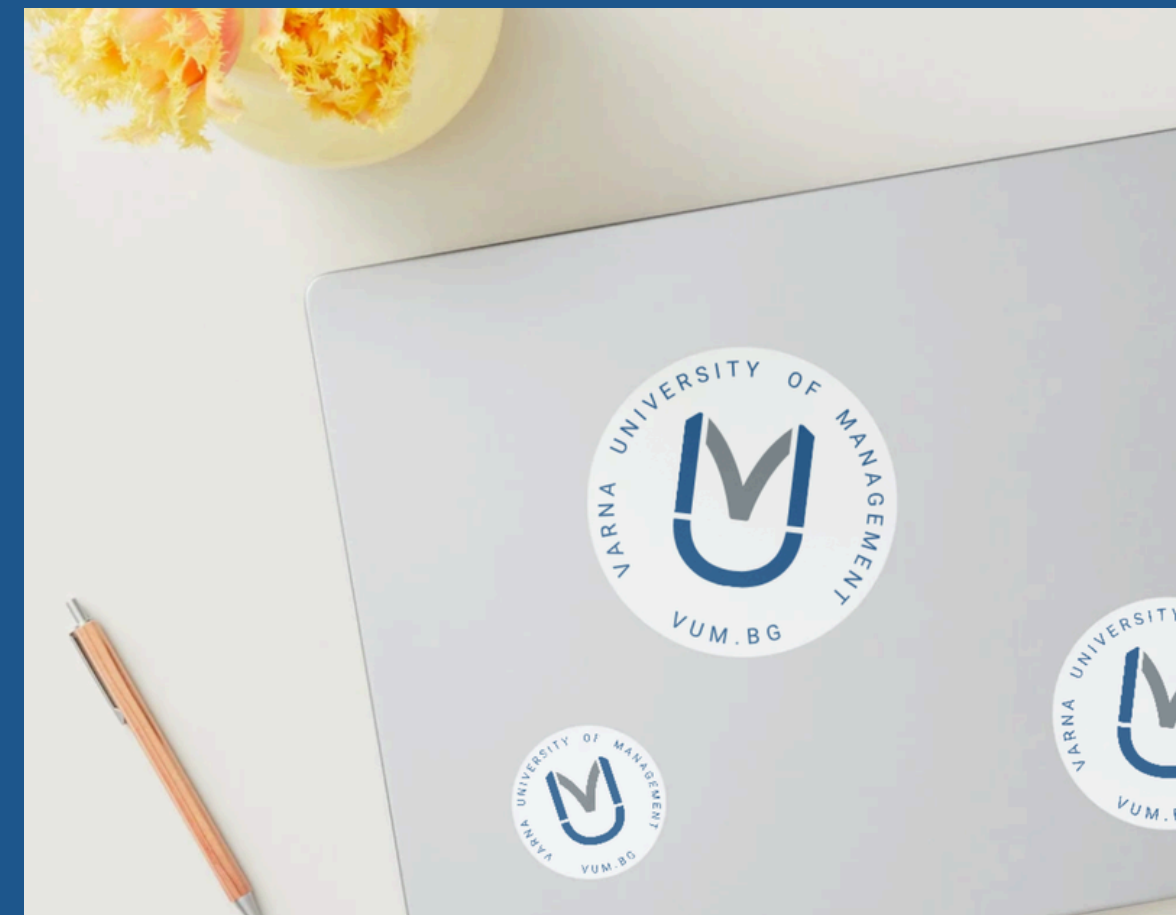
- Неразпознаваеми лица на обществени места (когато лицата или други идентифициращи белези не са видими);
- Обществени личности в публична среда (напр. публични личности или членове на управителни органи по време на официални събития);
- Неразпознаваеми групи/тълпи (напр. аудитории, снимки от събития с общ план).

ФОТОГРАФИЯ И ИЗОБРАЖЕНИЯ

Ограничения

- Използването на изображения, обект на авторски права, не е разрешено без валиден лиценз или писмено разрешение. Неоторизираното използване може да доведе до правна отговорност;
- Снимки и видеа, заснети на територията на ВУМ или по време на дейности на ВУМ, могат да се използват единствено за академична или институционална промоция;
- Използването им за лични цели, брендиране или външни инициативи изисква предварително одобрение от отдел „Маркетинг и прием“.

18 РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ И ДОКУМЕНТАЦИЯ



18

РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ И ДОКУМЕНТАЦИЯ



19

ИНСТИТУТ ПО КУЛИНАРНИ ИЗКУСТВА



Институтът по кулинарни изкуства (CAI) към Висше училище по мениджмънт предлага първите акредитирани програми в Източна Европа, които водят до придобиване на висше образование в областите хотелиерство и кулинарни изкуства.

Ключови факти:

- До 12 месеца стаж, включен в програмата;
- 80+ висококатегорийни партньорски ресторанта, включително такива, отличени със звезди Мишлен (Michelin);
- 100+ събития и вечери, организирани от студентите;
- 1750 часа практическо обучение.

Мисия:

Да почитаме класиката, да приемаме модерното и да водим иновациите в кулинарния свят.

Основни ценности:

Увереност. Перфекционизъм. Креативност.

20

СТАНДАРТНИ КРАТКИ ОПИСАНИЯ

10–15 думи

Институтът по кулинарни изкуства предлага иновативно обучение, съчетаващо академични знания, практика и международен опит.

25–35 думи

Институтът по кулинарни изкуства (CAI) към Висше училище по мениджмънт предлага акредитирани програми по кулинарни изкуства и хотелиерство, съчетаващи академични знания, практическо обучение и стажове във висококатегорийни ресторанти, включително отличени със звезди Мишлен (Michelin).

60–80 думи

Институтът по кулинарни изкуства (CAI) към Висше училище по мениджмънт предлага акредитирано, международно ориентирано кулинарно образование, което съчетава академична подготовка, практическо обучение и бизнес знания. Студентите получават възможност за професионални стажове във водещи ресторанти и кулинарни обекти в Европа, включително отличени със звезди Мишлен (Michelin), и работят с утвърдени шеф-готвачи. Чрез мултикултурната си образователна среда и възможностите за придобиване на две дипломи CAI подготвя своите възпитаници за успешна международна кариера в кулинарната индустрия и хотелиерството.

21 ВЕРСИИ НА ЛОГОТО



ТИПОГРАФИЯ

МОНОХРОМНА (СВЕТЛА)

МОНОХРОМНА (ТЪМНА)

21 ВЕРСИИ НА ЛОГОТО



ТИПОГРАФИЯ



МОНОХРОМНА (СВЕТЛА)



МОНОХРОМНА (ТЪМНА)

22

УНИФОРМИ НА СТУДЕНТИ

**VARNA
UNIVERSITY OF
MANAGEMENT**

100 mm

43 mm



43 mm

Depends on flag ratio

ДЕСЕН РЪКАВ



81 mm

48 mm

ПРЕДНА ДЯСНА ЧАСТ



81 mm

89 mm

ПРЕДНА ЛЯВА ЧАСТ

22

УНИФОРМИ НА ИНСТРУКТОРИ

VARNA
UNIVERSITY OF
MANAGEMENT

100 mm

43 mm



43 mm

Depends on flag ratio

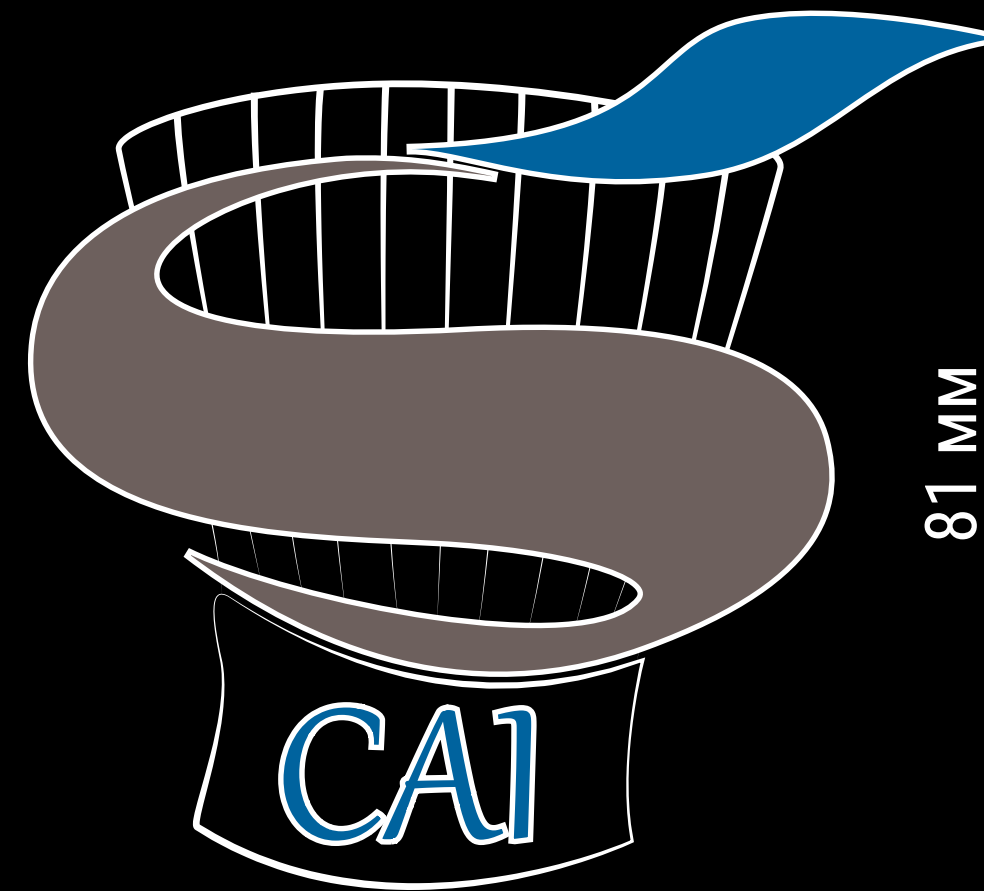
ДЕСЕН РЪКАВ



81 mm

48 mm

ПРЕДНА ДЯСНА ЧАСТ



81 mm

89 mm

ПРЕДНА ЛЯВА ЧАСТ

23

ЛИНКОВЕ И QR КОДОВЕ

Основен линк: www.linktr.ee/vum_channels

QR код:

1. Фон на QR кода – същият като фона на слайда;
2. Преден план (foreground) – контрастен цвят;
3. Отстояние (margin) – 0 px.



ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Висше училище по мениджмънт притежава всички права на интелектуална собственост върху всички елементи, включени в бранд наръчника (лого, снимки, видеа, текстове, чертежи, графики, презентации и др.), като същите не могат да бъдат използвани от трети лица без изрично писмено съгласие на отдел „Маркетинг и прием“.

При необходимост Висше училище по мениджмънт си запазва правото едностранно да извършва изменения и/или допълнения в настоящия документ. Всички изменения и/или допълнения ще бъдат публикувани на официалния уебсайт на университета.

25 КОНТАКТИ

ТЕЛЕФОН:

+359 885 398663

ИМЕЙЛ:

info@vum.bg

АДРЕС:

ул. „Оборище“ 13А, Варна
9000, България

УЕБСАЙТ:

www.vum.bg

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО МЕНИДЖМЪНТ

