



www.cnc.ro

COLEGIUL NĂȚIONAL CĂROL I CRAIOVA

Fondat în 1826

Manual de brand și identitate vizuală

ianuarie 2025

secretariat@cnc.ro
comunicare@cnc.ro



200 de ani

ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ

Notă de navigare și utilizare

Acesta este un document în lucru ce o urmează completat cu materiale deja în lucru sau cu altele necesare procesului de *branding*.

Fiecare capitol are câte un link către un serviciu de hosting unde materialele pot fi descărcate și utilizate doar în Adobe Creative Suite.

Toate materialele din acest document sunt proprietatea Colegiului Național Carol I Craiova. Folosirea lor fără acordul oficial al instituției necesită o abordare legală ulterioară în baza legii drepturilor de autor.

Ultimele două subcapitole urmează abordate și adăugate pe măsura ce se va stabili o direcție clară ce conține elemente cu o corență raportată la întregul manual.

200 de ani

ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ

Introducere

Stimați colaboratori, elevi, părinți și prieteni ai Colegiului Național "Carol I" din Craiova,

Într-un efort de a consolida și comunica esența noastră distinctivă, este cu entuziasm și responsabilitate că vă prezentăm Manualul de Brand al instituției noastre. Acest document reprezintă nu doar un set de reguli și norme, ci o radiografie a valorilor noastre fundamentale, a identității noastre colective și a drumului pe care îl parcurgem împreună.

Manualul de Brand este mai mult decât o simplă broșură; este harta noastră comună, ce ilustrează tradițiile noastre bogate, angajamentul față de excelență și modul în care modelăm viitorul prin educație. Prin acest ghid, aducem în prim-plan nu doar simbolurile noastre vizuale, ci și valorile care ne definesc și ne îndrumă în tot ceea ce facem.



Cuprins

INSTITUȚIA

istoric, misiune, valori, personalități

A**A1 - A5**

SISTEMUL VIZUAL

logo, culori, fonturi, pictograme, sigiliu, etichetă, pattern, ilustrație

B**B1-B23**

PERSONALITATEA

motto, arhetip, tonul vocii, limbaj, adaptări de mesaje

C**C1 - C45**

COMUNICAREA VIZUALĂ

staționare, vestimentare, personalizări, digital, stradal, interior

D**D1 - D34**

SUB-BRANDING

portarea brandului, aplicarea stilului

E1 - E23**E**

Una dintre instituțiile de învățământ cu prestigiu din România, Colegiul Național "Carol I" din Craiova, își deschide zilnic porțile pentru peste 2000 de elevi. Cu o istorie ce se întinde pe parcursul a aproape 200 de ani, începând cu anul 1826, când doi foști elevi ai lui Gheorghe Lazăr și Ion Heliade Rădulescu, Stanciu Capățeanu și Grigore Plesoianu, au fondat Școala Națională Medie, a doua școală medie din Principate, după Colegiul "Sfântul Sava" din București. Inițial, școala a funcționat în chiliile Mănăstirii Obedeauu și ale Bisericii Madona Dudu, până când, în 1832, s-a achiziționat terenul actual al Colegiului. În 1842, a fost inaugurat primul local, immortalizat de pictorul Theodor Aman în tabloul "Hora Unirii la Craiova". Colegiul a traversat perioade dificile, inclusiv închiderea temporară în timpul Revoluției de la 1848 și transformarea în cazarmă și spital în timpul ocupației turcești. Cu toate acestea, instituția și-a continuat evoluția, primind denumirea de Liceul "Carol I" în 1885 și devenind un centru educațional de prestigiu, recunoscut la nivel internațional.

Astăzi, Colegiul Național "Carol I" rămâne un loc în care tradițiile și valorile se întâlnesc armonios cu progresul și excelența în educație.

200 de ani ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ



Colegiul Național "Carol I" din Craiova se distinge ca un far al excelenței educaționale pe parcursul celor aproape 200 de ani de istorie. Fondată în 1826 de către Stanciu Capățeanu și Grigore Plesoianu, instituția a evoluat continuu, devenind un etalon al performanței în educație. Astăzi, Colegiul își consolidează reputația ca un loc unde excelența devine normă, iar rezultatele deosebite ale elevilor săi strălucesc la nivel internațional. Cu 52 de premii, inclusiv 17 medalii de aur, 22 de medalii de argint și 13 medalii de bronz obținute de elevii săi, colegiul demonstrează angajamentul său ferm față de învățare și inovație. Profesorii de excepție îndrumă elevii către performanță, iar rezultatele impresionante nu se opresc doar la nivel național, ci se extind și la prestigioasele instituții de învățământ superior din străinătate. Într-un mediu în care excelența este promovată și cultivată, Colegiul Național "Carol I" continuă să fie un model de succes și inspirație pentru viitoarele generații.

A.2 Instituția

MISIUNE

COLEGIUL NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA

Colegiul Național "Carol I" din Craiova reprezintă un pilon solid al învățământului românesc, având la bază o istorie impresionantă de aproape 200 de ani. **Înființat în 1826** de Stanciu Capățeanu și Grigore Plesoianu, colegiul a evoluat de-a lungul decadelor, începând de la primele săli de clasă din chiliile Mănăstirii Obedeaua până la construcția actuală inaugurată în 1842, imortalizată în celebrul tablou "Hora Unirii la Craiova" de către Theodor Aman. În ciuda perioadelor dificile, cum ar fi închiderea temporară în timpul Revoluției de la 1848 și transformarea în cazarmă și spital în timpul ocupației turcești, instituția și-a păstrat devotamentul față de educație și a devenit un simbol al trecutului remarcabil și al evoluției constante.

200 de ani ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ

MISIUNEA

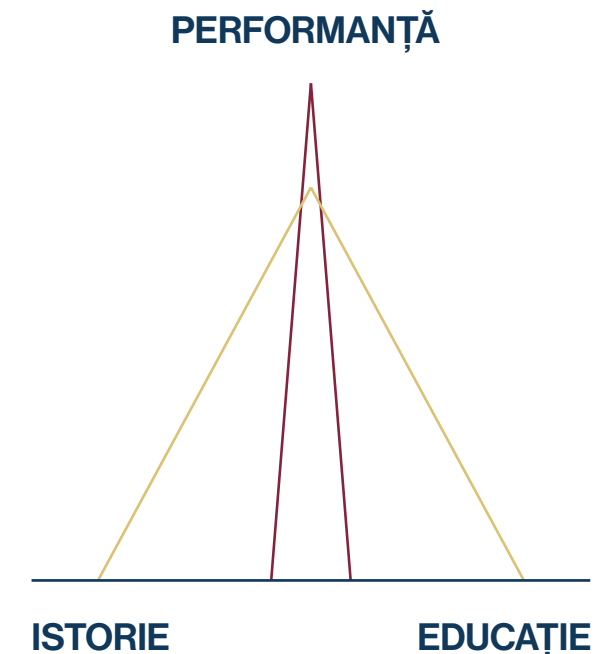
Promovarea unui
învățământ deschis,
flexibil și competitiv.

VIZIUNEA

Oferirea de oportunitati de învățare
și experiențe extracurriculare la
cele mai înalte standarde.

Educația oferită la Colegiul "Carol I" depășește limitele convenționale, evidențiindu-se prin angajamentul de a promova tradițiile și valorile culturale. Profesorii de excepție îndrumă elevii către excelență, oferindu-le oportunități de învățare într-un mediu stimulat. Biblioteca "Mihail Strajan," una dintre cele mai valoroase din țară, reprezintă o comoară educațională, gazduind cărți rare și vechi, inclusiv Biblia de la București, un exemplar rar. Această instituție educativă devine astfel un pol de cunoaștere și cultură, unde educația nu este doar un proces, ci și o călătorie captivantă în trecut și prezent.

Performanța reprezintă al treilea pilon solid al Colegiului Național "Carol I." Elevii săi au obținut 52 de premii internaționale, marcându-se cu 17 medalii de aur, 22 de medalii de argint și 13 medalii de bronz. Excelența nu se limitează doar la granițele naționale, ci se extinde și la instituții de învățământ superior de prestigiu din străinătate. Performanța colegiului reflectă atât pasiunea elevilor, cât și dedicarea cadrelor didactice pentru a transforma potențialul în rezultate remarcabile. Într-un astfel de mediu propice performanței, Colegiul Național "Carol I" continuă să fie o sursă de inspirație și un promotor al excelenței educaționale.



Două sute de ani de istorie, educație și performanță.

Pentru un colegiu național cu o istorie de 200 de ani, istoria reprezintă un patrimoniu educațional și identitate instituțională, reflectând tradițiile academice, evoluția pedagogică și contribuțiile notabile ale comunității educaționale. Este o cronică a adaptabilității și rezilienței instituționale în fața schimbărilor și o sursă de inspirație continuă pentru educația și valorile viitoare.

Educația într-un colegiu național cu o istorie de 200 de ani este o tradiție veche și valoroasă, promovând formarea caracterelor, contribuind la dezvoltarea comunității și asigurând excelența academică și inovația pentru viitor, consolidând astfel legăturile între trecut și viitor.

Performanța unui colegiu național se măsoară prin calitatea educației, contribuțiile la cercetare și inovație, precum și impactul pozitiv al absolvenților în societate. De asemenea, gestionarea eficientă a resurselor financiare, implicarea activă în comunitate și colaborările strategice sunt aspecte esențiale. Capacitatea de adaptare la schimbările sociale și la cerințele timpului completează criteriile de evaluare a performanței instituționale.

ISTORIE

Patrimoniu Educațional
Identitate Instituțională
Evoluție Pedagogică
Alumni Notabili
Evenimente Remarcabile
Adaptabilitate și Reziliență
Continuitatea Educației
Legăturile cu Comunitatea
Schimbările Arhitecturale și Infrastructurale
Educație Continuă

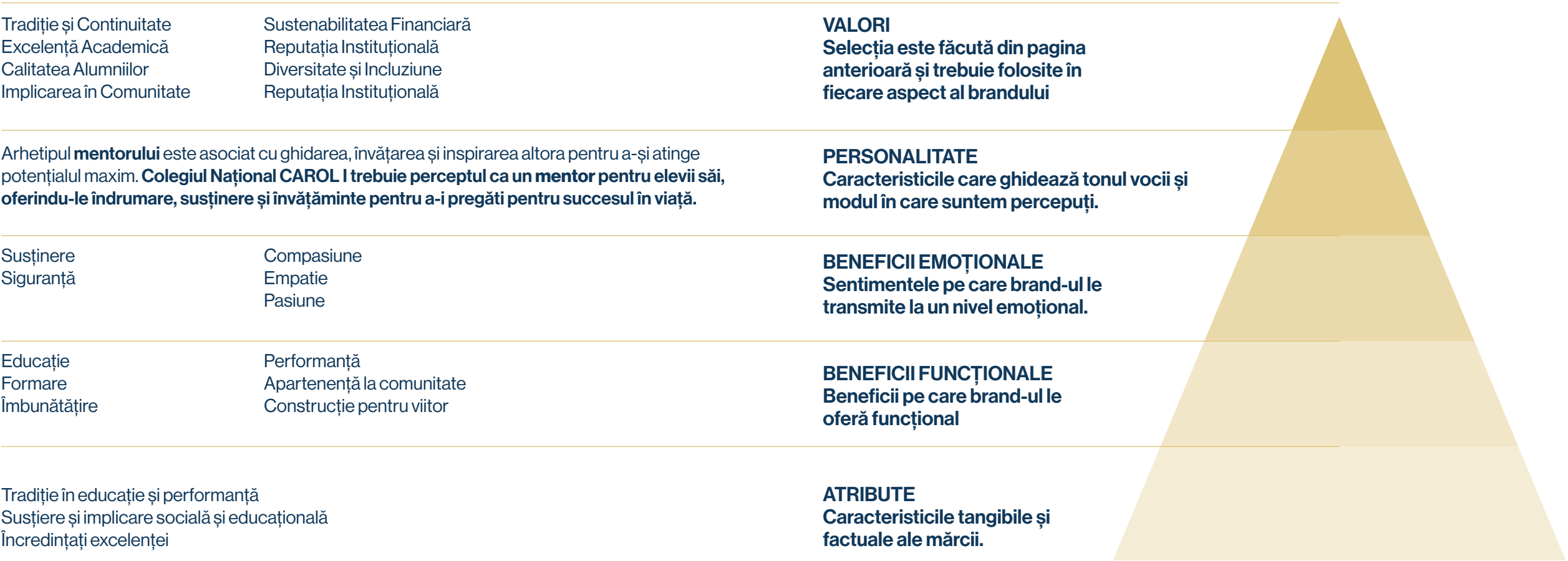
EDUCAȚIE

Tradiție și Continuitate
Formare de Caractere și Valori
Contribuții la Comunitate
Inovație și Adaptabilitate
Alumni Remarcabili
Memorie Culturală
Responsabilitate Socială
Diversitate Academică
Excelență Academică
Legăturile cu Trecutul și Viitorul

PERFORMANȚĂ

Excelență Academică
Contribuții la Cercetare și Inovație
Calitatea Alunniilor
Sustenabilitatea Financiară
Implicarea în Comunitate
Inovație în Programe Educaționale
Diversitate și Incluziune
Reputația Instituțională
Colaborări și Parteneriate
Adaptabilitate la Schimbări

O *piramidă* de identitate este o formă vizuală care unifică aspectele cheie ale unui brand, incluzând esența sa, valorile, personalitatea, beneficiile emoționale, beneficiile funcționale și atribuțiile. Oferă un cadru general pentru identitatea Colegiului Național CAROL I Craiova.



A.5 Instituția

PERSONALITĂȚI ȘI EXCELENȚĂ

Acești elevi de excepție sunt însoțiți de o serie de alte personalități de prim rang ale culturii naționale și nu numai:

Traian Demetrescu, Felix Aderca, Eugen Ionescu, Petre Pandrea, Gib Mihaescu, Al. Macedonski, Alexandru Firescu, Ovidiu Ghidirmic, Alexandru Mironov, Adrian Păunescu, Victor Parhon, Mihai Migel Gelep, Jean Nițescu, Costache Petrescu, Eustatiu Stoenescu, Eugen Tăru, Ion Tuculescu, Ovidiu Bârbaulescu, Gabriel Bratu, Eustatiu Gregorian, Constantin Bobescu, Lazăr Filip, Nicolae Julea, Ion Vasilescu, Aristide Cantorichi, Ronald Bulfinschi, Manu Nedeianu, Amza Pellea, Lamia Beligan, Valer Delacheza, Constanța Nicolau, Tudor Gheorghe, Daniela Crăsnaru, Doina Draguț, Gabriel Chifu, Mihai Pătrașcu.

În decursul timpului, rezultatele deosebite ale elevilor au consacrat Colegiul Național "Carol I" la nivel internațional. Elevii, ghidați de profesori de excepție, au adus școlii lor, dar și României, **52 de premii internaționale, dintre care 17 medalii de aur, 22 de medalii de argint și 13 medalii de bronz.**

De asemenea, foarte mulți absolvenți ai Colegiului Național "Carol I" sunt admiși la prestigioase instituții de învățământ superior din străinătate, unde sunt apreciați pentru rezultatele obținute. Atât profesorii, cât și elevii au participat de-a lungul timpului la parteneriate cu alte școli din țară sau din străinătate. Astfel, prin intermediul schimburilor interculturale, ei au avut posibilitatea să vină în contact cu elevi și profesori din Franța, Italia, Belgia, Spania sau Germania

Theodor Aman - pictor și grafician
Constantin Angelescu - medic și om politic
Eugen Angelescu - chimist
Corneliu Baba - pictor
Alexandru Balaci - critic și istoric
Nicolae Banescu - istoric
Marcu Botzan - inginer agronom
Gheorghe Chitu - publicist și om politic
Dumitru Combiescu - medic;
Nicolae Condiescu - general și scriitor
Gogu Constantinescu - inginer, inventator
George Marin Fontanin - profesor
George Fotino - jurist și istoric
Valentin Georgescu - jurist, istoric, poet
Dimitrie Gerota - medic
Traian Gheorghiu - fizician
Eugen Ionescu - profesor, critic literar
Traian Lalescu - matematician
Alexandru Macedonski - scriitor
Titu Liviu Maiorescu - prof. univ. și om politic
Alexandru Marcu - profeso;
Duiliu Marcu - arhitect
Nicolae Mateesco-Matte - jurist
Cristea Mateescu - inginer
Ion Gheorghe Maurer - jurist și om politic
Stefan Milcu - medic, biolog

Traian Negrescu - inginer
Jean Negulescu - regizor
Nicolae Petrulian - geolog
Dionisie Pippidi - arheolog, istoric
Nicolae Popescu - matematician
Petre Pandrea - scriitor
C-tin Nicolaescu-Plopsor - arheolog și istoric
Gheorghe Niculescu - general-locotenent
Nicolae Chiriac Quintescu - critic literar
Petrache Poenaru - inginer, inventator
Simion Stoilov - matematician
Mihai Serban - biochimist
Sabba Stefanescu - geolog
Ioan Tanoviceanu - jurist
Gheorghe Tatarascu - om politic
Nicolae Titulescu - diplomat și om politic
Gheorghe Titeica - matematician
Petre Vancea - medic
Nicolae Vasilescu-Karpen - inginer
George Vâlsan - geograf
Amilcar Vasiliu - inginer agronom
Vlad Voiculescu - medic
Stefan Voitec - om politic
Ludovic Mrazec - geograf
C-tin Radulescu-Motru - filosof
Ilie Murgulescu - chimist

Sistemul de comunicare vizuală

COMPONENTE

LOGO

construcție, culori, dimensiuni și spațiere, variante, excepții

FONTURI

fonturi oficiale, fonturi secundare, dimensiuni și utilizări

PATTERN

construcție și exemple de utilizare

PICTOGRAME

colecția și utilizări

SIGILIU

construcție și reguli de folosire

ETICHETA

200 de ani. istorie. educație. performanță.

FOTOGRAFIA & FILMUL

subiect, temă, compoziție

ILUSTRATIA

stil și realizare

B.1 Sistemul de comunicare vizuală

COMPONENTE

Sistemul nostru vizual contribuie la crearea unei imagini distinctive pentru Colegiul Național CAROL I Craiova. Aceste elemente vizuale transmit valorile, atribuțiile și personalitatea organizației într-un **sistem vizual unitar**. Ele sunt alcătuite din elemente de bază, incluzând logo-ul, culorile, scrisul, fotografia, ilustrațiile și machetele.

Aceste elemente sunt concepute să fie flexibile într-o gamă largă de aplicații de print interior sau stradal, componente pentru comunicare digitală, modalități și tipologi de adresare.

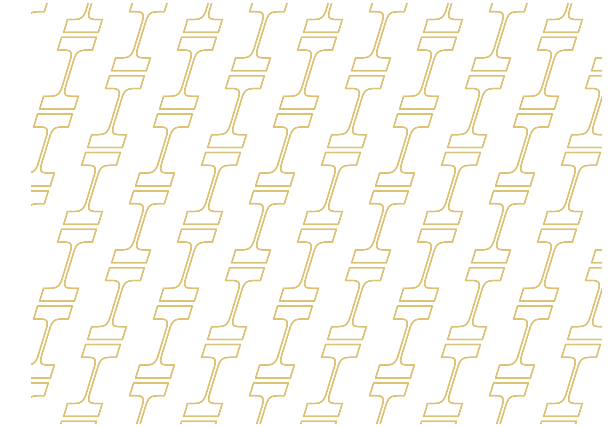
1. Logo
2. Culori
3. Scris și familii de fonturi
4. Pattern (fundal)
5. Pictograme
6. Fotografie
7. Ilustrație
8. Elemente grafice



Logo-ul colegiului este cel mai important element din identitatea vizuală și conține **pivotul** în jurul căruia se construiește sistemul vizual



Culorile Colegiului sunt alese pentru a avea relație cu cele ale steagului național, cu aurul coroanei și albastrul regalității.



Pattern-ul sau fundalul instituției se realizează prin multiplicarea literei **I**

Neue Haas Grotesk Display Pro
Neue Haas Grotesk Display Pro

Temeraire & Temeraire

Scrisul este o combinație elegantă, rafinată și modernă între **două familii de fonturi** cu istorie, create de elvețieni și francezi cu tradiție și atenție la detaliu.



Fotografia are ca subiect elevii, profesorii sau activitățile instituției.



Un set complet de **pictograme** este disponibil pentru a evidenția diferite activități, specialități sau valori ale instituției

Materialele tipărite și materialele digitale sau alte elemente vor fi detaliate de la concepție până la execuție.



B.2 *Sistemul de comunicare vizuală*

LOGO



Plecând de la cea mai impunătoare încadrare a clădirii principale, cele 3 fotografii alăturate, din perioade diferite, la aproape 50 de ani distanță una de cealaltă, constituie baza formei logo-tipului COLEGIULUI NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA.

Cu foarte puține intervenții asupra formei inițiale și doar câteva stilizări unde este cazul, clădirea reprezintă acum “spațiul” pe care îl ocupă colegiul ca sumă a istoriilor lui. Numele este scris complet, aliniat la stanga, cuvânt peste cuvânt, cu spațiere minimă între rânduri pentru a crea ideea de structură-bloc.

Scrisul **Fondat în 1826** marchează vechimea instituției și o încadrează în categoria de monument istoric, patrimoniu cultural și far al educației românești.



COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

Există 2 variante de scris, pentru a acomoda toate situațiile în care spațiul este predefinit.

COLEGIUL
NAȚIONAL
CAROL I
CRAIOVA



Fondat în 1826

REGULĂ!

Se folosește mereu varianta de logo cu scrisul pe 4 rânduri. Dacă lizibilitatea devine o problemă se apelează la varianta a doua.

LOGO

randare în context



LOGO și MATERIALE TIPĂRITE
randare în context



B.3 Sistemul de comunicare vizuală

LOGO CONSTRUCȚIA

Logo-ul oficial al Colegiului



FAMILIE FONT

Neue Hass Grotesk
Display Pro BOLD

COLEGIUL
NAȚIONAL
CRAIOVA

FAMILIE FONT

Temerarire
Bold

CAROL I

FAMILIE FONT

Temerarire
Italiene Italic

FAMILIE FONT

Adobe Caslon
Pro Italic

Fondat în 1826

Logo-ul simplificat al Colegiului.

Această variantă se folosește doar în situații în care spațiul de afișare nu permite lizibilitatea elementelor

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

Există o excepție ce urmează a fi explicată la pagina XX, în acel context se poate separa logo-ul oficial de clădire și Fondat în 1826.

B.4 Sistemul de comunicare vizuală

Marimea **minimă** admisă pentru varianta oficială este de **3x5 cm + spațiul de încadrare**.
Când mărimea spațiului este mai mică decât minim admis, atunci se utilizează varianta restrânsă.

Pentru a crea o mai bună vizibilitate logo-ul trebuie să conțină spațiere în toate părțile acestuia. Unitatea de măsură pentru a crea spațiul (de respir) în jurul logo-ului este litera I din CAROL I.

Se folosesc 2 unități în fiecare parte a acestuia, rezultând astfel un spațiu optim, alb, în jurul logo-ului.



Se folosește 1 unitate în fiecare parte a acestuia, rezultând astfel un spațiu optim, alb, în jurul logo-ului.



Mărimea **minimă admisă** pentru varianta simplificată este de **3cm lățime** x înălțimea proporțională.

B.4 *Sistemul de comunicare vizuală*

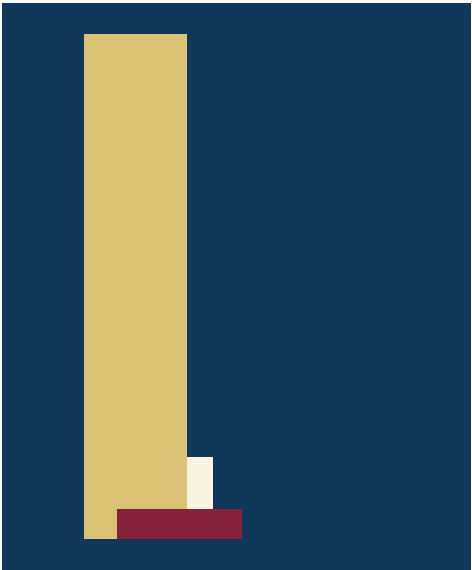
LOGO
contexte



B.5 Sistemul de comunicare vizuală

LOGO
CULORI OFICIALE

Cele **3 culori** ale instituției sunt alese cu scopul de a reflecta roialitatea numelui, bleu-marin și ocru-auriu, cât și apartenența la steagul național, cu tonuri derivate din roșu, galben și albastru.



CAROL BLUE

C - 100 R 15
M - 80 G 56
Y - 40 B 90
K - 30 #0F385A

90% OPACITATE

80% OPACITATE
70% OPACITATE
60% OPACITATE
50% OPACITATE

OCRU AURIU

C - 15 R 219
M - 20 G 194
Y - 65 B 116
K - 0 #DBC274

90% OPACITATE

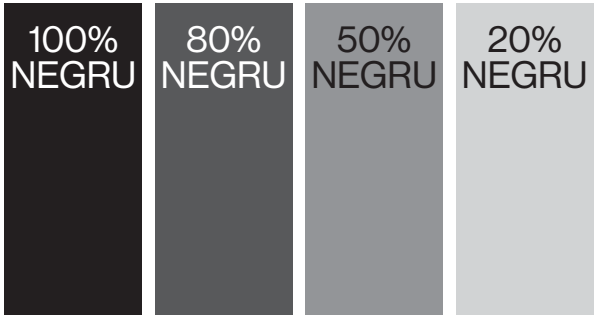
80% OPACITATE
70% OPACITATE
60% OPACITATE
50% OPACITATE

ROȘU ENGLEZ

C - 33 R 133
M - 95 G 35
Y - 64 B 60
K - 30 #85233C

90% OPACITATE

80% OPACITATE
70% OPACITATE
60% OPACITATE
50% OPACITATE



Negrul și tonurile de gri se folosesc în situații de tipar alb-negru sau când este imposibilă folosirea culorilor oficiale.

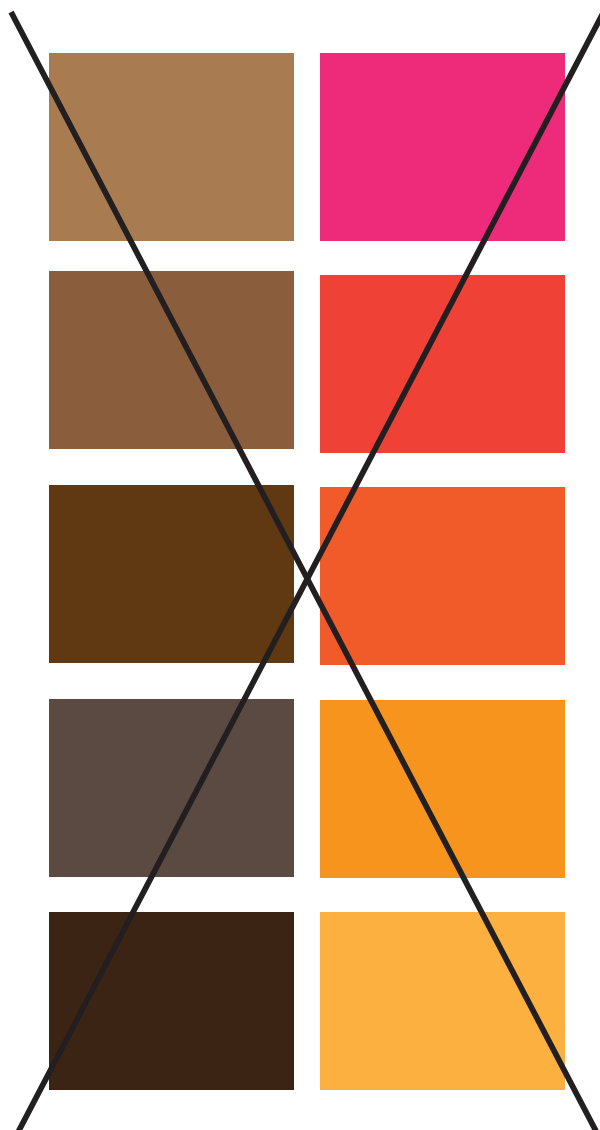
Albul gălbui este o culoare neutră între cele trei alese și enumerate mai sus. **Nu există transparențe pentru aceasta culoare.**

PANTONE 334K

C - 2 R 248
M - 2 G 244
Y - 12 B 225
K - 0 #F8F4E1

B.6 *Sistemul de comunicare vizuală*

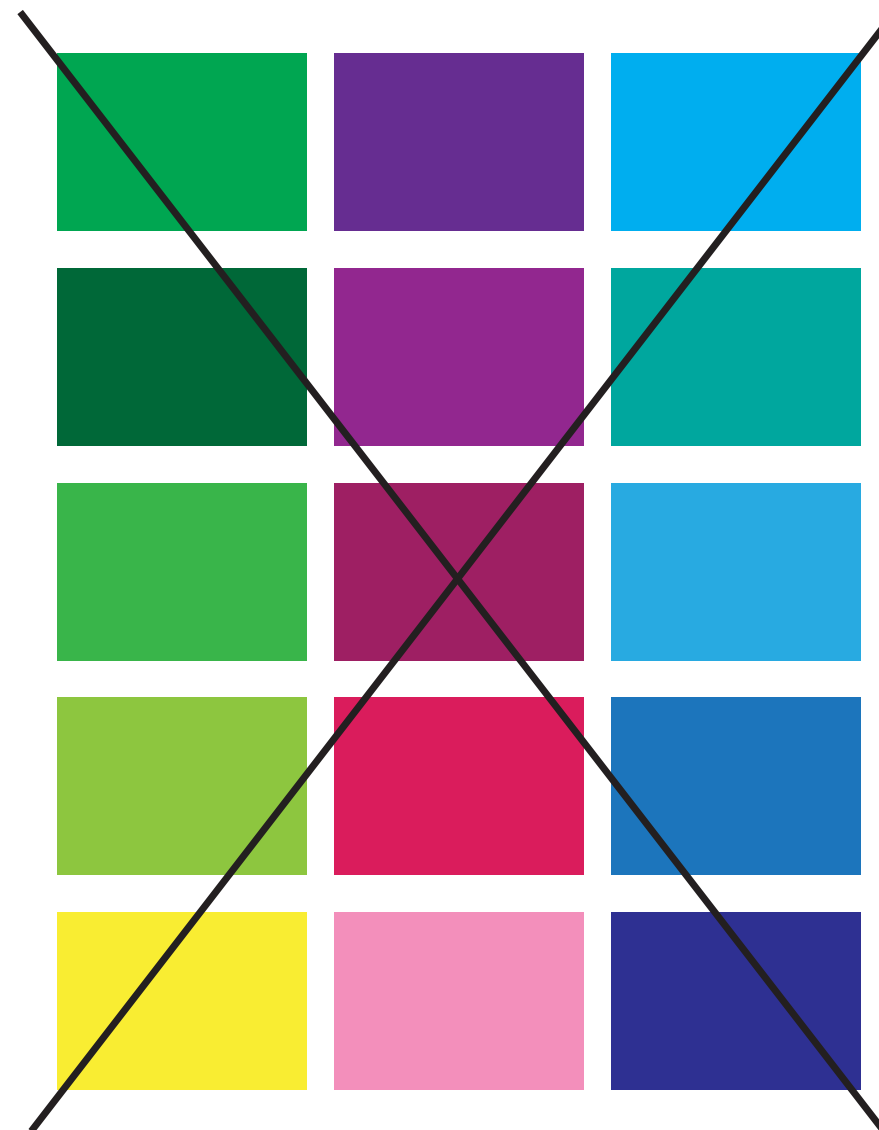
Utilizarea culorilor care nu sunt incluse în paleta de culori a Colegiului Național CAROL I poate confuza consumatorii și poate slăbi recunoașterea sa.



Există o gamă de culori interzise pentru utilizarea împreună sau în interiorul logo-ului. Motivul este dat de necesitatea pentru consistență și recognoscibilitate dar și de greșitele interpretări pe care le poate lăsa o astfel de culoare.

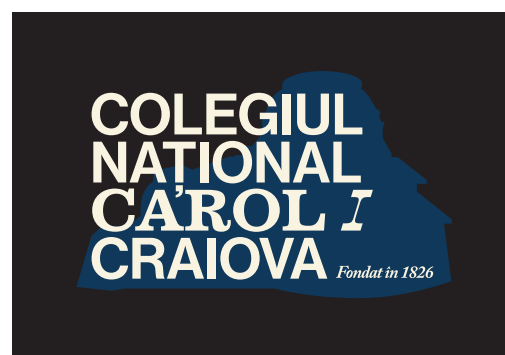
Așadar, gamele de maron, verde, oranj, roz, violet sau albastru deschis nu sunt permise. Singurele culori care pot fi folosite sunt cele enumerate în pagina precedentă.

De altfel, negru nu este recomandat nici pentru logo și nici pentru textul materialelor de comunicare sau promovare.



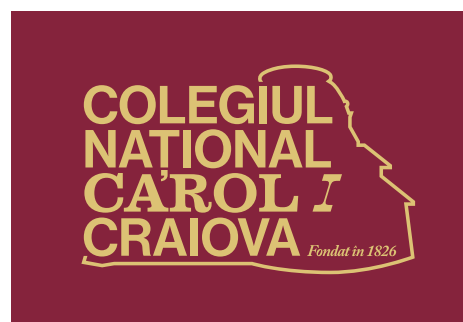
B.7 *Culori secundare pentru logo*

Pentru situațiile în care fondul nu permite utilizarea variantei oficiale, se vor folosi variantele alăturate.



B.8 Culi secundare pentru logo

Pentru situațiile în care este necesară o varianta într-o singură culoare, alegeți din opțiunile de mai sus.



B.9 Varianta simplificată

Pentru situațiile în care spațiul nu permite afișarea variantei principale de logo, se folosește varianta de mai jos, urmând ghidul și regulile acesteia.



Se folosește 1 unitate în fiecare parte a acestuia, rezultând astfel un spațiu optim, alb, în jurul logo-ului.

FOND 100% NEGRU
LOGO 100% ALB



COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

FOND 80% NEGRU
LOGO 100% ALB



COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

FOND 50% NEGRU
LOGO 100% ALB



COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

FOND <50% NEGRU
LOGO 100% BLUE



COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

FOND <20% NEGRU
LOGO 100% BLACK



Neue Haas Grotesk Display Pro

Acesta este fontul principal al Colegiului Național CAROL I Craiova. Utilizarea lui este necesară pentru a crea unitate vizuală și coerență în materialele instituției.

Specimene ale familiei

55 ROMAN

aăâbcdefghiîjklmnopqrsttuvwxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

65 MEDIUM

aăâbcdefghiîjklmnopqrsttuvwxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

75 BOLD

aăâbcdefghiîjklmnopqrsttuvwxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

REGULĂ!

Este obligatoriu să cereți familiile de fonturi de la instituție. Este obligatoriu să folosiți aceste fonturi când redactați materiale pentru sau în numele instituției.

Variantele cu fonturi înlocuite sunt acceptate doar pentru MS Office și aplicații web.

Temeraire

Acesta este un fond secundar folosit în anumite cazuri de excepție atunci când este nevoie de citat sau o parafrază.

Specimene ale familiei

BOLD

aăâbcdefghiîjklmnopqrsttuvwxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

Italienne Italic

aăâbcdefghiîjklmnopqrsttuvwxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

DISPLAY BLACK

aăâbcdefghiîjklmnopqrsttuvwxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

Titlu

Neue Haas Grotesk Display Pro
Greutate - 65 medium
Marime - între 18pt și 24pt

Sub titlu

Neue Haas Grotesk Display Pro
Greutate - 55 roman
Marime - între 14pt și 18pt

Bloc de text

Neue Haas Grotesk Display Pro
Greutate - 55 roman
Marime - între 9pt și 14pt

Citat sau parafrizare

Temeraire
Stil font - Italic
Marime - între 8pt și 13pt

**COLEGIUL NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA
organizează Concursul de Matematică
"Gheorghe Țițeica", Ediția I.**

Colegiul Național CAROL I din Craiova este încântat să anunțe organizarea primei ediții a Concursului de Matematică "Gheorghe Țițeica". Evenimentul va avea loc pe data de 23 martie 2024, în incinta Colegiului Național CAROL I Craiova, începând cu ora 10:00 și se va desfășura până la ora 14:00.

Concursul este dedicat elevilor din clasele VII-XII și are ca scop promovarea excelenței în matematică și stimularea interesului pentru această disciplină. Participarea la concurs se realizează pe bază de invitație a elevilor calificați la Faza Națională a Olimpiadei de Matematică.

“Numărul estimat de participanți se situează între 170 și 230 de elevi, iar aceștia vor avea de rezolvat o probă formată din 4 probleme, într-un interval de timp de 4 ore.”

[...] Corectarea lucrărilor se va realiza online, iar rezultatele vor fi anunțate pe data de 27 martie 2024.

Arial

Acesta este fontul pentru aplicații **MS Office sau Email**.
Se găsește în fiecare sistem de operare și este gratuit.

Specimene ale familiei

REGULAR

aăâbcdefghiîjklmnopqrsștțivxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

BOLD

aăâbcdefghiîjklmnopqrsștțivxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

BLACK

aăâbcdefghiîjklmnopqrsștțivxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

REGULĂ!

Variantele cu fonturi înlocuite sunt acceptate doar pentru MS Office si aplicații web.

Times New Roman

Acesta este un fond secundar folosit în
aplicațiile MS Office sau Email

Specimene ale familiei

BOLD

aăâbcdefghiîjklmnopqrsștțivxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()_+ = -

Italic

aăâbcdefghiîjklmnopqrsștțivxyz
AĂÂBCDEFGHIÎJKLMNOPQRSȘTȚUVXYZ
1234567890 !@#\$%^&()_+ = -*

Titlu

Arial

Stil - bold

Marime - între 18pt și 24pt

**COLEGIUL NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA
organizează Concursul de Matematică
"Gheorghe Țițeica", Ediția I.**

Sub titlu

Arial

Stil - normal

Marime - între 14pt și 18pt

Colegiul Național CAROL I din Craiova este încântat să anunțe organizarea primei ediții a Concursului de Matematică "Gheorghe Țițeica". Evenimentul va avea loc pe data de 23 martie 2024, în incinta Colegiului Național CAROL I Craiova, începând cu ora 10:00 și se va desfășura până la ora 14:00.

Bloc de text

Arial

Stil - normal

Marime - între 9pt și 14pt

Concursul este dedicat elevilor din clasele VII-XII și are ca scop promovarea excelenței în matematică și stimularea interesului pentru această disciplină. Participarea la concurs se realizează pe bază de invitație a elevilor calificați la Faza Națională a Olimpiadei de Matematică.

Citat sau parafrizare

Times New Roman

Stil - Italic

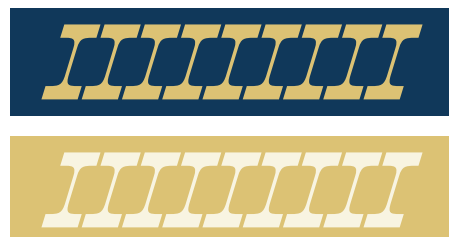
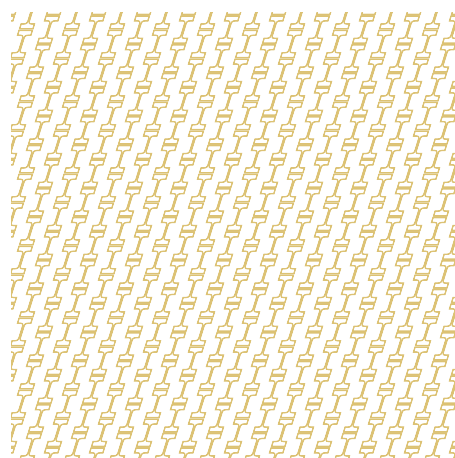
Marime - între 8pt și 13pt

“Numărul estimat de participanți se situează între 170 și 230 de elevi, iar aceștia vor avea de rezolvat o probă formată din 4 probleme, într-un interval de timp de 4 ore.”

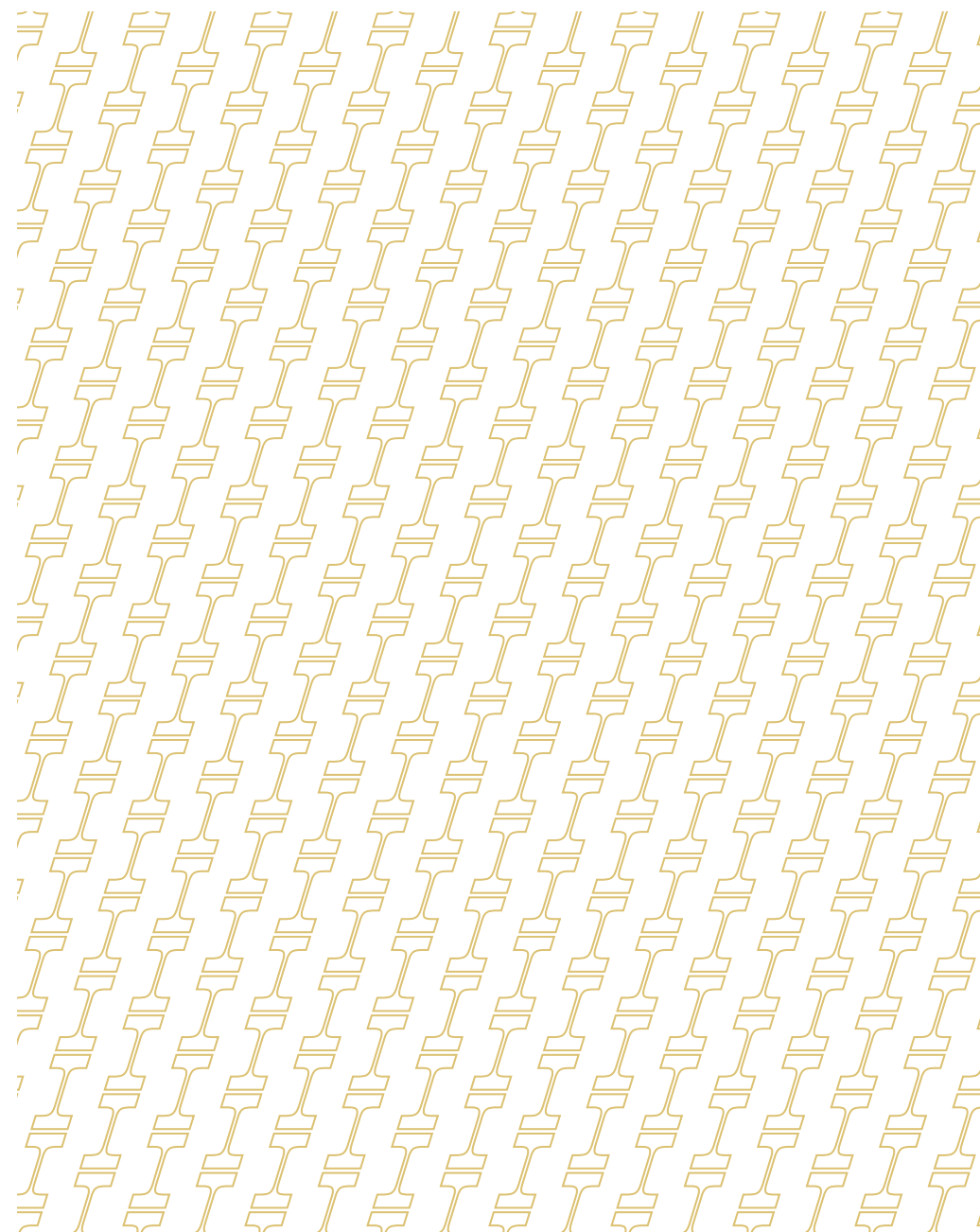
[...] Corectarea lucrărilor se va realiza online, iar rezultatele vor fi anunțate pe data de 27 martie 2024.

FUNDALUL este obținut prin multiplicarea elementului de brand **I** și poziționat fie în crescendo aliniat la superiorul și inferiorul lui, fie orizontal.

Symbolistica alinierii se regăsește în conceptul de linie compusă din **I, concentrică, ca metaforă a rădăcinii de copac, din mai multe straturi, aceste linii reprezentând anii și generațiile ce formează fondul și baza nu doar a unei imagini reprezentative dar și a valorilor ce susțin instituția.**



Varianta pentru un singur
rând multiplică lateral litara **I**



B.15 *Patternul grafic*

EXEMPLE DE UTILIZĂRI

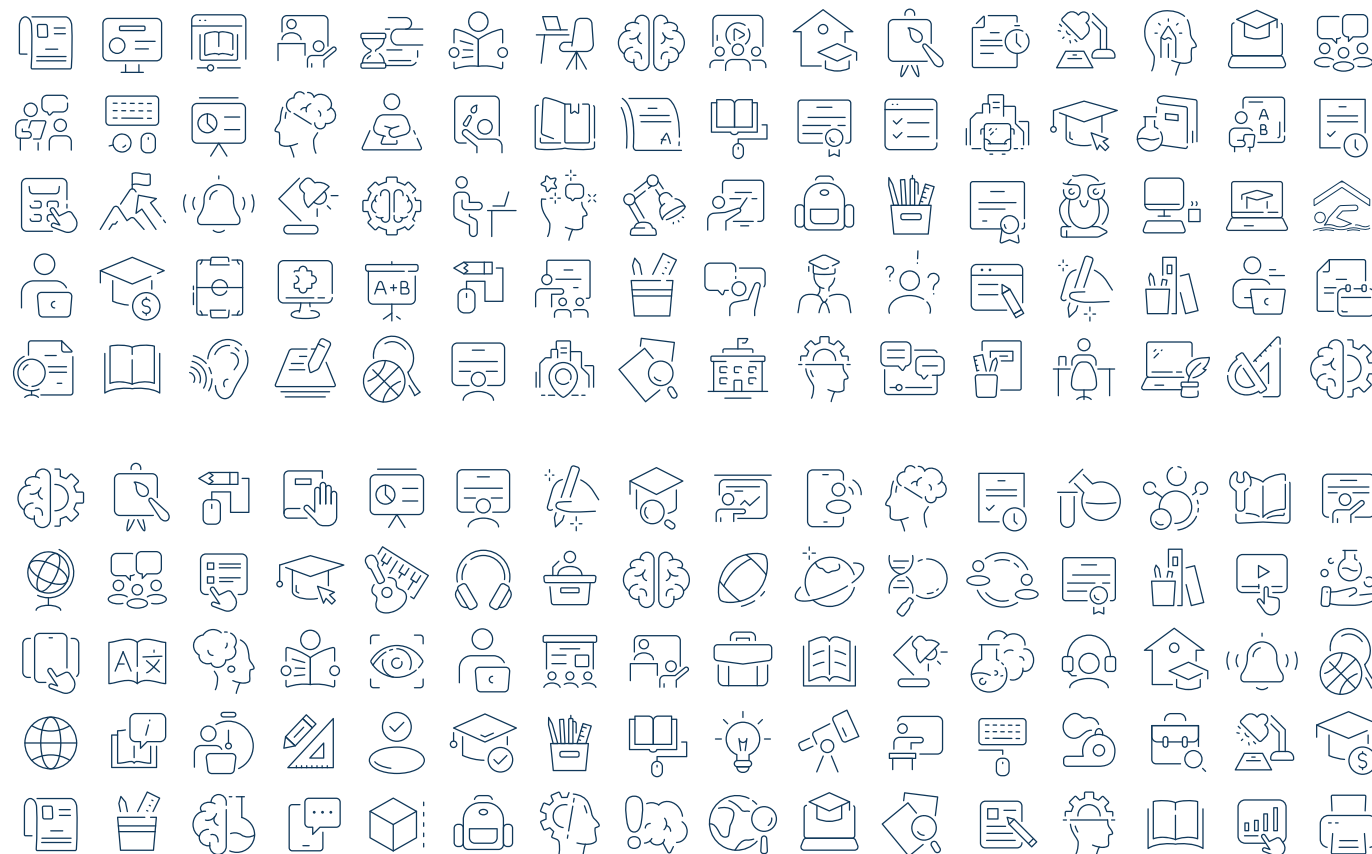
Este **important** de menținut pattern-ul grafic în fundal, ca element *secundar*, chiar terț. Este **important** să adaptați *transparența și grosimea liniei* la vizibilitatea mediumului.

postere și alte
imagini ce suportă
fundal cu mai multe
straturi, afișaje
stradale sau
interioare, sablare de
suprafețe,
transparente, sau
alte aplicații.



B.16 *Colecția de pictograme*EXEMPLE DE
UTILIZĂRI

Pictogramele se folosesc pentru a ușura înțelegerea unor idei reprezentate grafic. Ele pot reprezenta materii de studiu sau se pot adauga materialelor ce necesită o pictogramă. Nu se folosesc niciodata singure sau izolate și în nici-un caz **nu pot fi folosite ca logotip în alte aplicații.**



B.17 *Sigiliul*

CONSTRUCȚIE



Un sigiliu pentru un colegiu național cu o vechime de 200 de ani servește ca emblema a identității și tradiției sale.

Simbolul grafic al cupolei reprezintă fuziunea dintre prestigiu și inovație, istorie și contemporaneitate, schimbare și adaptabilitate, rememorând povestea fondatorilor și angajamentul acestora față de excelența academică și dezvoltarea unei societăți educate.

Denumirea și familia fonturilor se păstrează la CAROL I, precum în formatarea logo-ului.

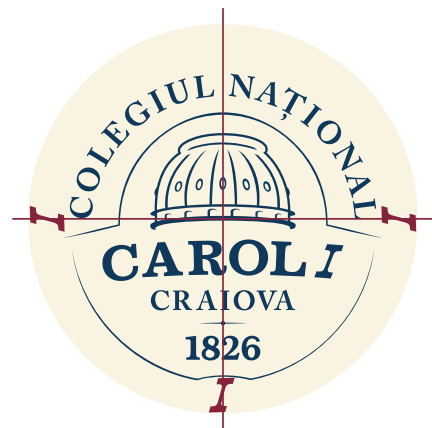
Exista o mare diferență între logo-ul instituției și sigiliul acesteia, de aceea setul de reguli care însoțește sigiliul este mai degrabă unul restrictiv și conservativ decât creativ sau contemporan.

REGULĂ!

Utilizarea sigiliului se face doar cu aprobarea conducerii instituției. Materialele ce conțin sigiliul instituției sunt materiale aprobate și asumate de către instituție. Sigiliul, deși există și în format digital, are valoare doar când este utilizat ca timbru sau stampilă fizică.



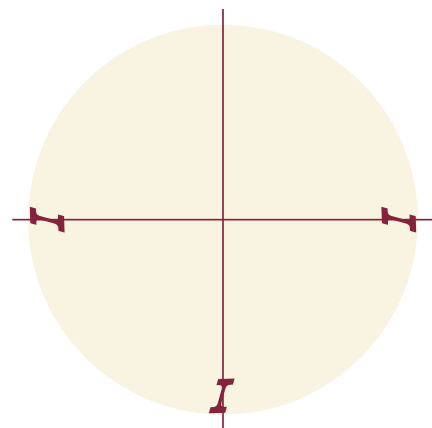
B.18 *Sigiliul*



Gama de culori este aceeași ca a logo-ului, deși majoritatea cazurilor necesita o producție fizică a acestuia, cum ar fi sigiliu fizic, sub forma de timbru, ceară încălzită și presată, broderie sau lăcuire selectivă.



Alinierea sigiliului în cerc se face după schema alăturată în care **I** devine unitatea de spațiere în stânga, dreapta și la bază.



B.19 *Sigiliul*

PERMISIUNI PENTRU UTILIZARE

Întru-cât acest simbol grafic constituie un element de autentificare al valorilor și principiilor instituției dar și al materialelor vandabile comercializate de colegiu, lista de permisiuni pentru utilizare face parte și din cadrul legal de funcționare al Colegiului Național CAROL I CRAIOVA

lista de permisiuni și restricții urmează să fie afișată când instituția o va pune la dispoziție

Fondat în 1826, 2026 este anul în care Colegiul Național CAROL / Craiova împlinește **200 de ani de la înființare**. Sărbătorirea a început deja. Materialele ce vor face parte din programele ce comemorează acest eveniment vor purta aceasta etichetă în semn de laudă, respect și asumare a istoriei, tradiției și performanței pe care instituția a creat-o, menținut-o și crescut-o pe parcusul a două secole. 2 SECOLE...

200 de ani ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ

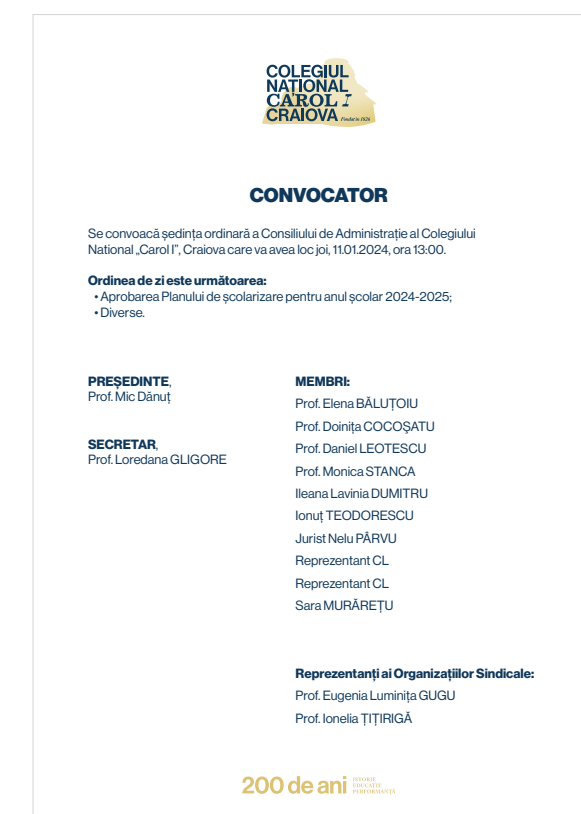
B.21 Eticheta 200 de ani

EXEMPLE DE UTILIZARE

Eticheta 200 de ani se folosește ca **element complementar identității vizuale** a Colegiului. Se adaugă materialelor grafice destinate ambelor comunicări, internă și externă.



postere și alte imagini,
afișaje stradale sau
interioare, documente
interioare sau exterioare,
bunuri sau alte elemente din
posesia instituției



B.22 *Fotografia*

SUBIECTUL

Fotografia este unul dintre punctele forte ale oricărei identități vizuale. Ea este în concordanță cu restul elementelor grafice și trebuie să reflecte cele mai importante componente valorice și conceptuale ale Colegiului.

Subiectul fotografie se regăsește în aceste 3 categorii:

01. elevi

02. profesori și instituție

03. activitățile și rezultatele celor 3 enumerate

Folosiți imagini autorizate de instituție!

Dacă folosiți imaginile unor fotografi cereți acordul și dați credite acestora, dacă folosiți bănci de fotografii gratis verificați drepturile comerciale.



B.23 *Ilustrația*

STILUL ILUSTRATIV

Ilustrația este un instrument puternic în relatarea unei povești grafice, în întărirea unei idei sau în reprezentarea artistică a unor lucruri și acțiuni. **În cazul Colegiul vom folosi un stil ilustrativ pentru reprezentarea portretelor personalităților ce au legătură cu instituția.**

**Majestatea Sa
Regele Carol I al României**



**Majestatea Sa, Regina
Queen Victoria**



**Gheorghe Țiteica
Matematician, absovent CNC1**



B.24 *Ilustrația*

CUM SE OBTINE O ILUSTRAȚIE

Ilustrația este un instrument puternic în relatarea unei povești grafice, în întărirea unei idei sau în reprezentarea artistică a unor lucruri și acțiuni.



Fotografia originală
Constantin Brâncuși
Artist internațional



Reglați **luminozitatea** și **contrastul** în așa fel încât să obțineți o figură cât mai **luminoasă și expresivă**.



Introduceți imaginea în Adobe Illustrator și alegeți opțiunea **Image Trace pentru 3 culori**. Vectorizați imaginea, degrupați și **recolorați în culorile Carol**. Încercați să patrați cât mai mult din caracterul personajului și trasăturile de bază ale acestuia.



Personalitatea

“O țară se clădește
cu școli și biblioteci.”

Majestatea Sa, Regele CAROL I al României



MOTTO & CREDO

personalitatea

ARHETIPUL

mentorul

TONUL VOCII

stil, tonalitate, limbaj

EXPREMIAREA

comunicare internă și externă

ADAPTAREA MESAJULUI

același mesaj către diferite audiențe

O țară se clădește cu școli și biblioteci.

Majestatea Sa, Regele CAROL I al României

COLEGIUL NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA

O minte se clădește cu răbdare și curiozitate.

Un dascăl se clădește cu pasiune și devotament.

Un profesor se clădește cu empatie și cunoaștere.

Un diriginte se clădește cu înțelegere și îndrumare.

Un elev bun se clădește cu disciplină și dedicare.

Un olimpic se clădește cu determinare și sacrificiu.

200 de ani se clădesc cu tradiție și adaptabilitate.

Arhetipul **mentorului** este asociat cu **ghidarea, învățarea și inspirarea** altora pentru a-și **atinge potențialul maxim**.

Colegiul Național CAROL / Craiova trebuie perceput ca un mentor pentru elevii săi, oferindu-le îndrumare, susținere și învățăminte pentru a-i pregăti pentru succesul în viață.

RAPORTAREA LA **ELEVI**

- Elevii sunt ghidați și încurajați să își descopere și să își dezvolte abilitățile și pasiunile lor.
- Colegiul își asumă rolul de mentor, oferind suport academic și emoțional, îndrumare în alegerea carierei și consiliere pentru dezvoltarea personală.
- Elevii sunt încurajați să își asume responsabilitatea pentru propria lor învățare și dezvoltare, dar primesc sprijin și încurajare din partea cadrelor didactice și a părinților în acest proces.

RAPORTAREA LA **PROFESORI**

- Profesorii sunt văzuți ca mentori și ghizi ai elevilor, oferindu-le cunoștințele, îndrumarea și suportul necesar pentru a învăța și a se dezvolta.
- Ei își asumă rolul de modele și exemple de înțelepciune și profesionalism pentru elevi, inspirându-i să își urmeze pasiunile și să își atingă potențialul maxim.
- Profesorii sunt deschiși la dialog și colaborare cu elevii, încurajându-i să își exprime ideile și să își dezvolte gândirea critică și creativă.

RAPORTAREA LA **PĂRINȚI**

- Părinții sunt parteneri în procesul educațional, sprijinind și încurajându-și copiii să învețe și să crească.
- Ei joacă un rol important în susținerea și motivarea elevilor, fiind prezenți și implicați în parcursul lor educațional.
- Părinții sunt deschiși la comunicare și colaborare cu colegiul și cu profesorii, lucrând împreună pentru a asigura succesul și bunăstarea elevilor.

AUTENTIC ȘI ÎNCREZĂTOR

Tonul vocii sau "*Tone of voice*" este un concept din domeniul brandingului și al comunicării care se referă la modul distinctiv în care o marcă sau o instituție se exprimă în comunicările sale, inclusiv în mesajele scrise, vorbite sau vizuale.

Este o combinație de **stil, tonalitate, limbaj și personalitate** care ajută la definirea și transmiterea identității unei mărci sau instituții în mod coerent și autentic.

Un "tone of voice" eficient este un instrument important în crearea și consolidarea relației cu publicul-țintă și în conturarea percepției despre marcă sau instituție.

Folosirea unui ton al vocii unitar este esențial pentru o instituție din mai multe motive:

Consistență și Coerență

Un "tone of voice unitar" asigură că toate mesajele și comunicările instituționale sunt coezive și consistente. Această uniformitate ajută la construirea unei identități clare și ușor de recunoscut pentru publicul țintă.

Credibilitate și Încredere:

Un "tone of voice" constant și autentic poate consolida încrederea publicului în instituție sau marcă. Atunci când mesajele sunt coerente și se aliniază cu valorile și promisiunile instituției, publicul se simte mai încrezător și mai conectat.

Claritate și Eficiență:

Un "tone of voice unitar" poate ajuta la transmiterea mesajelor și informațiilor într-un mod clar și eficient. Când există consistență în tonul și stilul comunicării, publicul poate înțelege mai ușor mesajele și poate reține informațiile cu mai multă ușurință.

Construirea Brandului:

Un "tone of voice unitar" contribuie la dezvoltarea și consolidarea identității de marcă. Acesta poate distinge instituția de alte entități similare și poate crea o legătură emoțională mai puternică cu publicul.

Eficiență în Comunicare:

Un "tone of voice" bine definit și unitar facilitează procesul de creare și distribuire a conținutului. Echipele de comunicare știu ce stil și ton să adopte în diferite contexte și canale de comunicare, ceea ce poate reduce timpul și resursele necesare pentru dezvoltarea mesajelor.

Când definim stilulul, tonalitatea și limbajul pentru Colegiul Național **CAROL I**, urmărim să creăm o comunicare **caldă, îndrumătoare și înțeleaptă**, menită să **inspire** și să **motiveze** atât elevii, cât și personalul didactic și părinții.

Stilul comunicării ar trebui să fie **prietenos**, dar **autoritar** în același timp, **reflectând autoritatea și încrederea unei figuri de mentor**. Mesajele ar trebui să fie **concise, clare și orientate spre acțiune, încurajând** elevii să-și îndeplinească potențialul și să se dezvolte continuu.

Limbajul ar trebui să fie **respectuos și accesibil**, evitând jargonul și terminologia greoaie. **Adaptabil** la diversele audiențe, fiind simplu și **clar pentru elevi, dar și profesioniști și convingător pentru părinți și alte părți interesate**.

Tonalitatea ar trebui să fie **caldă, încurajatoare și înțeleaptă**. Este necesar să transmită **încredere și sprijin**, oferind îndrumare și sfaturi utile, dar și **să răspundă la nevoile și provocările elevilor cu empatie și înțelegere**.

De asemenea, trebuie să promoveze valorile educației, integrității și responsabilității.

COMUNICARE INTERNĂ

Anunțarea programului de examene pentru semestrul curent:

"Dragi elevi, este momentul să vă pregătiți pentru examenele semestrului curent! Așteptăm cu nerăbdare să vă arătați cunoștințele și abilitățile pe care le-ați acumulat până acum. Programul complet al examenelor este disponibil pe site-ul nostru și pe panourile școlii. Mult succes tuturor!"

Îndrumări referitoare la procedurile de siguranță în timpul pandemiei:

"Dragi elevi și părinți, siguranța și sănătatea voastră sunt prioritare pentru noi. Vă rugăm să respectați cu strictețe toate măsurile de siguranță, inclusiv purtarea măștii, păstrarea distanței sociale și igiena mâinilor. Mai multe detalii și recomandări sunt disponibile pe site-ul nostru."

Informații despre orele suplimentare pentru recuperarea materiei:

"Bună dimineața, dragi elevi! Vrem să vă reamintim că orele suplimentare pentru recuperarea materiei sunt disponibile în această săptămână în sălile noastre de clasă. Profesorii noștri sunt aici pentru a vă ajuta să înțelegeți și să stăpâniți subiectele care vă dau bătăi de cap. Haideți să lucrăm împreună pentru succesul vostru!"

Anunțarea programului pentru evenimentul anual de "Ziua Colegiului":

"Vă invităm cu drag să participați la evenimentul nostru anual de 'Ziua Colegiului', care va avea loc sâmbătă, 15 mai. Oportunitatea perfectă pentru viitorii elevi și părinți să descopere tot ce are de oferit Colegiul Carol I. Vă așteptăm cu brațele deschise!"

Încurajarea elevilor să participe la concursuri și olimpiade școlare:

"Colegiul Carol I încurajează activ participarea elevilor la concursurile și olimpiadele școlare. Aceste evenimente oferă oportunități excelente de dezvoltare personală și profesională. Înscrierile pentru competiții sunt deschise, așa că nu ezitați să vă înscrieți!"

Mesaje de felicitare și apreciere pentru echipa de profesori înainte de începerea unui nou an școlar:

"Înainte de începerea unui nou an școlar, vrem să transmitem mesaje sincere de felicitare și apreciere întregii echipe de profesori de la Colegiul Carol I. Munca și devotamentul vostru sunt esențiale pentru succesul elevilor noștri. Să ne pregătim împreună pentru un alt an minunat!"

Informații despre programul de internshipuri și stagii pentru elevi:

"Suntem încântați să anunțăm că Colegiul Carol I oferă un program de internshipuri și stagii pentru elevi, în colaborare cu diverse companii și organizații locale. Acest program oferă oportunități unice de învățare practică și dezvoltare profesională. Detalii suplimentare sunt disponibile la secretariat."

Rememorarea regulilor și normelor de conduită în școală:

"Dragi elevi, vrem să vă reamintim importanța respectării regulilor și normelor de conduită în școală. Acestea contribuie la un mediu sigur și respectuos pentru toți membrii comunității noastre. Vă mulțumim pentru cooperare!"

COMUNICARE EXTERNĂ

Invitație la serbarea de final de an pentru părinți și membrii comunității:

"Suntem încântați să vă invităm la serbarea noastră de final de an, care va avea loc vineri, 25 iunie, la Colegiul Național **CAROL I** Craiova. Vom sărbători realizările și succesele elevilor noștri, într-o atmosferă plină de emoție și bucurie. Vă așteptăm cu drag!"

Anunțarea rezultatelor de la competițiile școlare locale și naționale:

"Suntem mândri să vă anunțăm rezultatele excelente obținute de elevii noștri la competițiile școlare locale și naționale! Felicitări tuturor participanților pentru efortul și angajamentul lor. Detalii suplimentare sunt disponibile pe site-ul nostru."

Parteneriat cu o organizație locală pentru campania de strângere de fonduri pentru dotarea sălilor de clasă:

"Colegiul Național **CAROL I** Craiova se bucură să anunțe un nou parteneriat cu [Nume Organizație], în cadrul unei campanii de recoltare de fonduri pentru dotarea sălilor de clasă. Prin colaborarea noastră, ne propunem să asigurăm un mediu educațional modern și inspirațional pentru elevii noștri. Mai multe detalii vor urma în curând!"

Informații despre programul de burse disponibile pentru elevii talentați:

"Suntem încântați să anunțăm că Colegiul Național **CAROL I** Craiova oferă un program extins de burse pentru elevii talentați. Aceste burse sunt destinate să recunoască excelența academică, artistică și sportivă a elevilor

noștri și să le ofere oportunități suplimentare pentru dezvoltare. Pentru mai multe detalii, vă rugăm să ne contactați."

Anunțarea colaborării cu o universitate de prestigiu pentru un program de mentorat pentru elevi:

"Colegiul Carol I este încântat să anunțe o nouă colaborare cu Universitatea [Nume Universitate], pentru un program de mentorat dedicat elevilor noștri talentați. Această inițiativă își propune să ofere sprijin și îndrumare elevilor în procesul lor de pregătire pentru învățământul superior. Înscrierile vor începe în curând!"

Felicitări și urări de succes pentru absolvenții colegiului înainte de examenele de admitere la facultate:

"Înainte de a vă începe examenele de admitere la facultate, vrem să vă transmitem cele mai calde felicitări și urări de succes absolvenților noștri de la Colegiul Carol I. Suntem mândri de voi și suntem siguri că veți reuși să vă atingeți obiectivele academice și profesionale!"

Articole de presă despre programele educaționale distinctive ale colegiului:

"Colegiul Carol I este prezent în presă cu articole despre programele educaționale de înaltă calitate și inovatoare pe care le oferă. Descoperiți cum pregătim elevii noștri pentru succesul în viață și în carieră prin intermediul unor programe educative relevante și inspiraționale."

Invitație la o conferință de presă pentru lansarea unei noi inițiative educaționale:

"Colegiul Carol I vă invită la o conferință de presă specială, în cadrul căreia vom lansa o nouă inițiativă educațională inovatoare. Aflați mai multe despre modul în care ne propunem să transformăm procesul de învățare și să oferim o educație de calitate pentru viitor."

COMUNICARE EXTERNĂ

MESAJ GENERAL

Felicitări și urări de succes pentru absolvenții colegiului înainte de examenele de admitere la facultate:

"Înainte de a vă începe examenele de admitere la facultate, vrem să vă transmitem cele mai calde felicitări și urări de succes absolvenților noștri de la Colegiul Carol I. Suntem mândri de voi și suntem siguri că veți reuși să vă atingeți obiectivele academice și profesionale!"

POSTARE SOCIAL MEDIA

🎓🌟 **Dragi absolvenți ai Colegiului Carol I, Înainte de a vă începe următoarea etapă a vieții voastre academice, vrem să vă transmitem cele mai calde felicitări și urări de succes! Suntem mândri de fiecare realizare a voastră și suntem siguri că veți străluci în examenele de admitere la facultate.** 📚🎁

Țineți minte că aveți tot sprijinul nostru în această călătorie. Cu încredere și determinare, veți ajunge acolo unde vă propuneți să fiți! 🤝👁️

**#Absolvenți #ColegiulCarolI
#UrmătoareaEtapa #Succes #Sprijin
#Încredere #Determinare**

ARTIOL SITE

Următoarea Generație de Excelență: Colegiul Carol I transmite felicitări și urări de succes absolvenților înainte de examenele de admitere la facultate

Într-un gest de solidaritate și sprijin, Colegiul Carol I își încurajează cu căldură și optimism absolvenții înainte de examenele de admitere la facultate. Acești tineri talentați și dedicați au parcurs cu succes un ciclu important din educația lor și acum se pregătesc să își urmeze pasiunile academice mai departe.

Cu zâmbete de mândrie și inimile pline de emoție, Colegiul Carol I transmite cele mai sincere felicitări și urări de succes acestor absolvenți. În timp ce acești tineri se pregătesc să își înceapă următoarea etapă a vieții lor academice, colegii, profesorii și întreaga comunitate îi susțin cu entuziasm și încurajare.

Într-un cadru festiv și plin de speranță, absolvenții Colegiului Carol I sunt pregătiți să facă față provocărilor viitoare și să își atingă obiectivele academice și profesionale. Cu încredere în potențialul lor și cu sprijinul unei întregi comunități, acești tineri sunt pregătiți să strălucească și să își demonstreze excelența în drumul lor către viitor.

Colegiul Carol I reafirmă angajamentul său față de succesul și dezvoltarea continuă a elevilor săi și își exprimă încrederea că acești absolvenți vor aduce mândrie și realizare în viitoarele lor realizări academice și profesionale.

COMUNICARE EXTERNĂ

MESAJ GENERAL

Felicitări și urări de succes pentru absolvenții colegiului înainte de examenele de admitere la facultate:

"Înainte de a vă începe examenele de admitere la facultate, vrem să vă transmitem cele mai calde felicitări și urări de succes absolvenților noștri de la Colegiul Carol I. Suntem mândri de voi și suntem siguri că veți reuși să vă atingeți obiectivele academice și profesionale!"

MESAJ DIRECTOR

Dragi absolvenți, părinți, colegi și invitați distinși,

Astăzi ne adunăm în fața unei realizări deosebite, pentru a celebra eforturile și realizările impresionante ale absolvenților noștri. Performanțele excepționale obținute de acești tineri remarcabili la olimpiadele naționale și la examenul de Bacalaureat sunt o dovadă a angajamentului lor neobosit față de excelență și a determinării lor de a-și atinge potențialul maxim. Cu două premii I, trei premii III, cinci mențiuni și nu mai puțin de șase note de 10 la Bacalaureat, acești absolvenți demonstrează nu doar competențe academice remarcabile, ci și o pasiune și o dedicare profundă pentru învățare și dezvoltare. Astăzi, ne mândrim cu ei și îi aplaudăm pentru performanțele lor extraordinare, iar îndrumătorii lor, cadrele didactice, merită felicitările noastre pentru sprijinul și îndrumarea oferite pe tot parcursul acestui drum al excelenței. Vă invit să sărbătorim împreună aceste realizări remarcabile și să ne bucurăm de contribuția fiecărui absolvent la succesul nostru colectiv. Felicitări, dragi absolvenți, și vă urez tot binele din lume în călătoria voastră viitoare!"

COMUNICAT DE PRESĂ

Pentru Publicare Imediată

Colegiul Carol I Craiova aplaudă performanțele excepționale ale absolvenților săi la olimpiadele naționale și examenul de Bacalaureat

Craiova, [Data]

Colegiul Carol I Craiova este mândru să anunțe rezultatele remarcabile obținute de absolvenții săi în cadrul olimpiadelor naționale și la examenul de Bacalaureat. Performanțele lor excepționale demonstrează angajamentul lor față de excelență și devotamentul lor față de învățământul de calitate.

În cadrul olimpiadelor naționale, elevii Colegiului Carol I au obținut rezultate impresionante: două premii I, trei premii III și cinci mențiuni. Aceste performanțe reprezintă nu doar o recunoaștere a talentului și pregătirii academice a elevilor noștri, ci și o validare a eforturilor lor susținute și a dedicării lor în domeniile de studiu.

În plus, la examenul de Bacalaureat, șase dintre absolvenții Colegiului Carol I au obținut nota maximă, 10, confirmând nivelul lor ridicat de competențe și pregătire academică. Aceste rezultate remarcabile nu sunt doar o dovadă a performanței individuale a elevilor noștri, ci și a calității învățământului oferit de Colegiul Carol I și a angajamentului nostru față de excelență educațională.

Colegiul Carol I Craiova își felicită cu căldură și mândrie absolvenții pentru aceste rezultate remarcabile și își exprimă recunoștința față de cadrele didactice pentru eforturile lor dedicate și susținerea oferită elevilor. Performanțele obținute reprezintă un motiv de bucurie și inspirație pentru întreaga comunitate școlară și confirmă poziționarea noastră ca lideri în educație în regiune.

Pentru mai multe informații și pentru a lua legătura cu Colegiul Carol I Craiova, vă rugăm să contactați: presa@cnc.ro sau secretariat@cnc.ro

C.7 *Ce imagine folosește*

**Adaptarea
mesajului pentru
diferite audiențe**

COMUNICARE EXTERNĂ

MESAJ GENERAL

**Felicitări și urări de succes pentru
absolvenții colegiului înainte de examenele
de admitere la facultate:**

"Înainte de a vă începe examenele de
admitere la facultate, vrem să vă transmitem
cele mai calde felicitări și urări de succes
absolvenților noștri de la Colegiul Carol I.
Suntem mândri de voi și suntem siguri că veți
reuși să vă atingeți obiectivele academice și
profesionale!"

SUGESTIA DE IMAGINE

Compoziție:

O imagine care surprinde o grupă de absolvenți,
îmbrățișându-se sau ținându-și mâinile, exprimând solidaritate
și susținere reciprocă.

Subiect:

Absolvenți zâmbitori, care poartă tricouri sau accesorii cu sigla
Colegiului Carol I sau ținând în mâini baloane în culorile
instituției. Imaginea poate fi realizată într-un cadru școlar, cum
ar fi în curtea colegiului sau în fața unei clădiri reprezentative.



Comunicarea vizuală

Staționare

cartea de vizită, antet, mapă, agende, diplome

Vestimentare

tricouri și articole de îmbrăcăminte, ecuson, și alte materiale

Personalizări

exemple de materiale personalizate cu scop de promovare

Materiale digitale

template-uri pentru social media, layout ppt, video, web

Materiale stradale

bannere, postere, steaguri

Interioar și direcționale

modalități de semnalizare și direcționare



D.1 *Materialle tipărite*

Materialle staționare dintr-un manual de brand sunt elemente de identitate vizuală care sunt folosite constant și uniform în comunicarea instituției pentru a-și promova imaginea de brand. Aceste materiale includ, de obicei, elemente precum logo-ul companiei, fonturile specifice, culorile brandului, șabloane pentru prezentări, ștampile, cărți de vizită, coli cu antet, plicuri, etc.

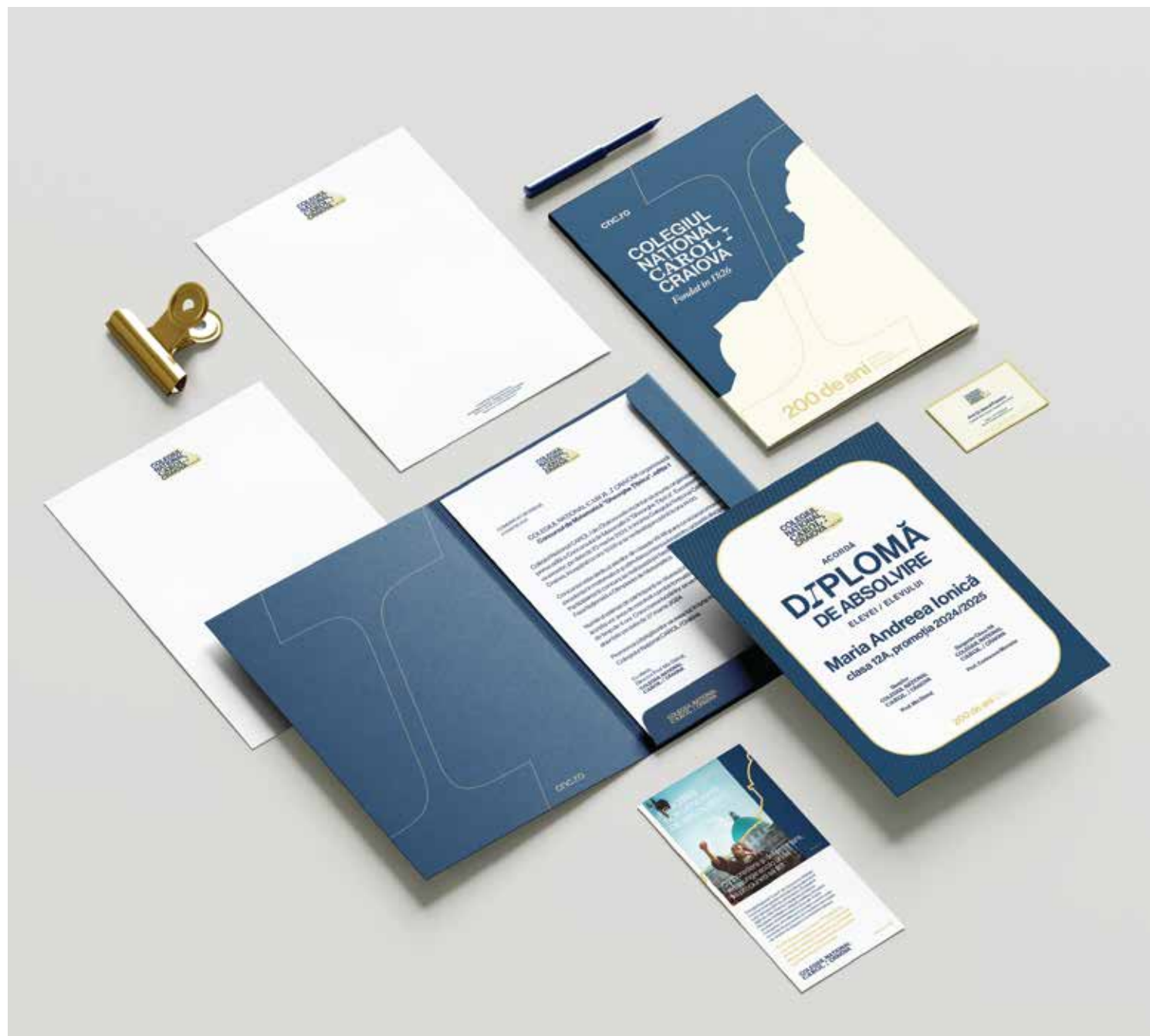
Ele sunt de o importanță majoră pentru că reprezintă modul în care Colegiul se prezintă în fața publicului său. Prin utilizarea uniformă a materialelor staționare, se crează o imagine coerentă și memorabilă pentru brandul său, care poate ajuta la construirea încrederii în rândul elevilor, părinșilor, angajaților din cadrul instituției și partenerilor exteriori.

Sunt utilizate într-o varietate de contexte, inclusiv:

- Comunicări interne și externe: Acestea includ scrisori, memorii, rapoarte, prezentări și alte materiale de birou utilizate în comunicarea internă și externă.
- Corespondență exterioară : Acestea includ plicuri, coli cu antet și cărți de vizită utilizate în corespondența cu partenerii și alte părți interesate.
- Evenimente : Materialele staționare sunt adesea folosite în cadrul evenimentelor, cum ar fi conferințe, târguri și seminarii, pentru a promova brandul și a furniza informații despre instituție.
- Marketing și publicitate: Ele sunt utilizate și în materialele de marketing și publicitate, cum ar fi broșuri, afișe, cataloage și alte materiale de promovare

D.2 *Material tipărit*

simulare

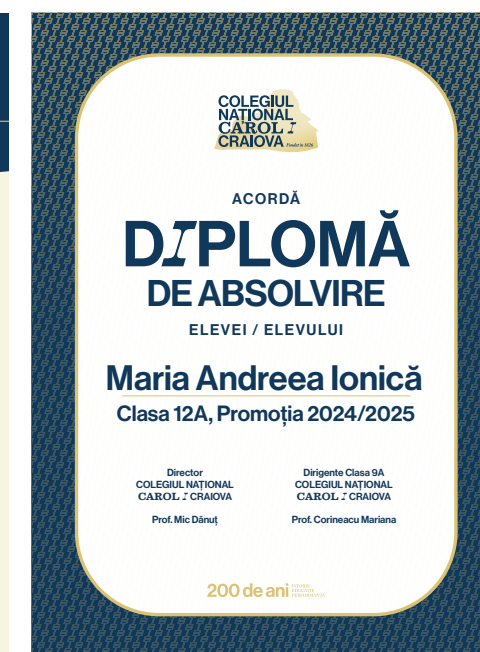
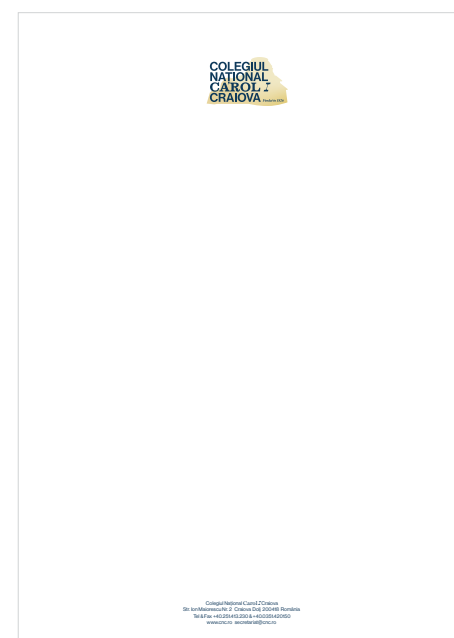


D.3 *Materiale tipărite*

Materialele staționare reprezintă standardul vizual în comunicarea instituției. Stabilesc apartenența documentelor și reflectă valorile și principiile acesteia.

STAȚIONARE

cartea de vizită
coala cu antet
mapa de presă
bloc notes
diploma și plicul



Coala cu antet este documentul cel mai folosit de Colegiu și conține doar cele mai importante elemente grafice: logo-ul și datele de contact ale instituției. Coala cu antet utilizată de secretariatul și membrii Colegiului folosește fonturi de sistem (MS Office & Mail)

Cartea de vizită se tipărește pe hârtie crețată, 300mg, cu un fond crem deschis. Cartea de vizită este față-verso.

Mapa de presă sau “dosarul cu șină” este concepută și realizată pentru a conține coli A4, sau alte documente ce au legătură cu instituția sau procedurile acesteia de funcționare

Diploma sau diplomele de absolvire și premiere sunt dovada oficială a finalizării unui an sau unui ciclu în cadrul instituției

Cartea de vizită

dimensiune: 8.5x5.5cm
grosime hârtie: 300mg
culoare hârtie: crem deschis



Prof. Dr. Marcel Popescu
Catedra de Limba și Literatura Română
Telefon: 0744.93.23.56
Email: marcel.popescu@cnc.ro

Str. Ion Maiorescu Nr. 2, Craiova, Dolj, Cod poștal 200418 - RO
secretariat@cnc.ro - www.cnc.ro

Neue Haas Grotesk Display Pro, 12pt, 65 Medium
Neue Haas Grotesk Display Pro, 8.5pt 55 Roman
Neue Haas Grotesk Display Pro, 7.5pt, 55 Roman
Neue Haas Grotesk Display Pro, 7.5pt, 55 Roman

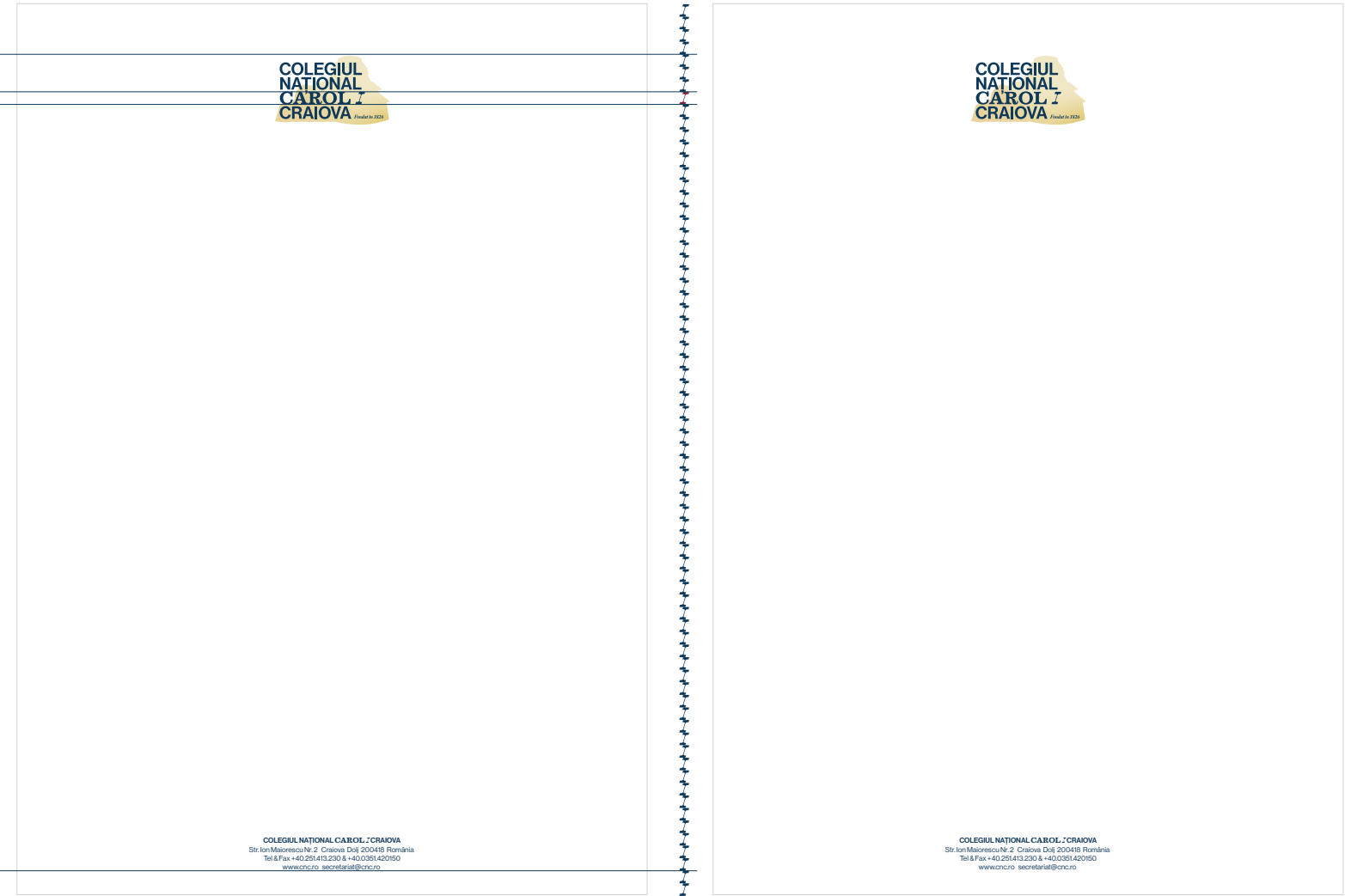
Neue Haas Grotesk Display Pro, 6pt, 65 Medium
Neue Haas Grotesk Display Pro, 6pt, 65 Medium

Randare

D.5 *Material* tipărite

Coala cu antet

dimensiune: A4
culoare hârtie: alb



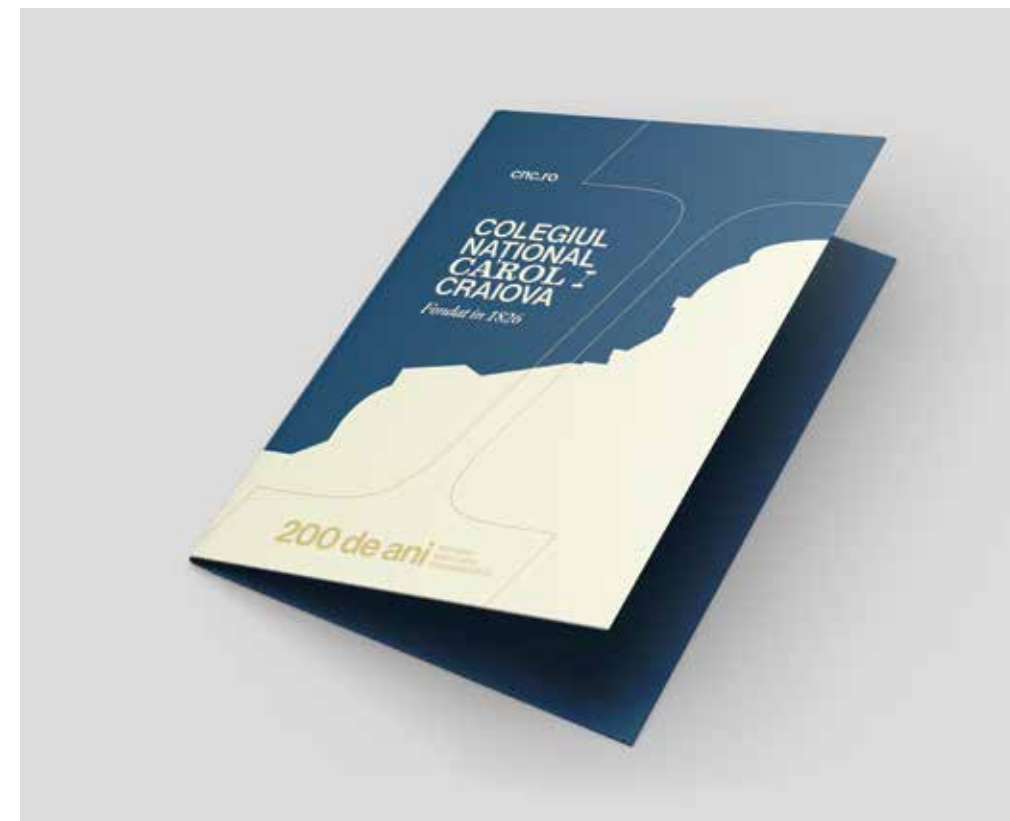
Neue Haas Grotesk Display Pro, 65 Medium, 7pt
Temeraire Bold + Temeraire Italienne Italic, 7pt
Neue Haas Grotesk Display Pro, 55 Roman, 7pt,

D.6 *Materiale tipărite*

STAȚIONARE specificații

Mapa de presă

dimensiune: 426x306mm
hartie: min. 400mg, cretată



Atât pentru mapa de presă cât și pentru restul materialelor, la finalul capitolului **exista un link către documentele sursă.**



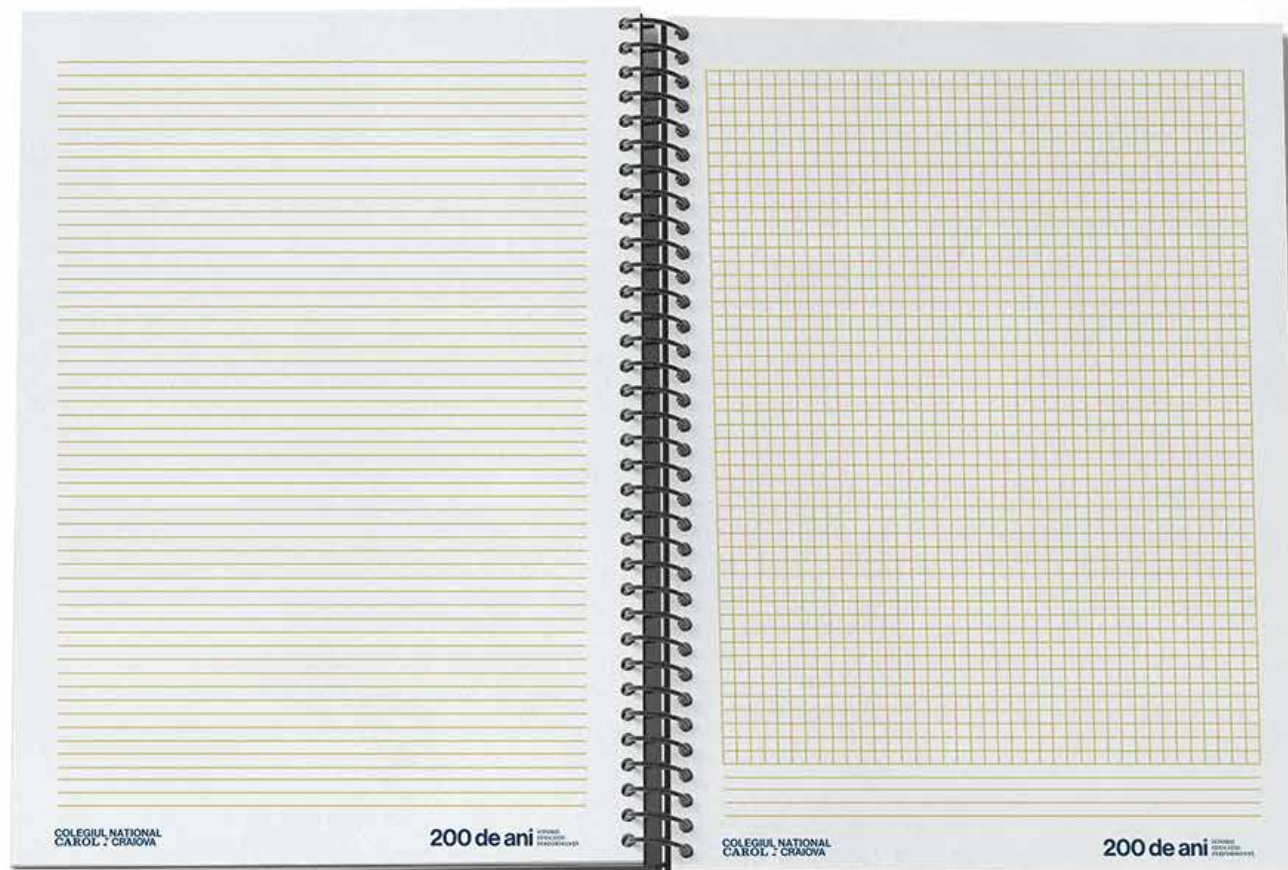
D.7 *Materiale tipărite*

STAȚIONARE specificații

Bloc notes

dimensiune: A5. 1/2 din A4
hartie: min. 80mg

poate conține foaie albă, cu linie
paralelă sau patrat matematic



Descărcați din link documentele pentru tipar

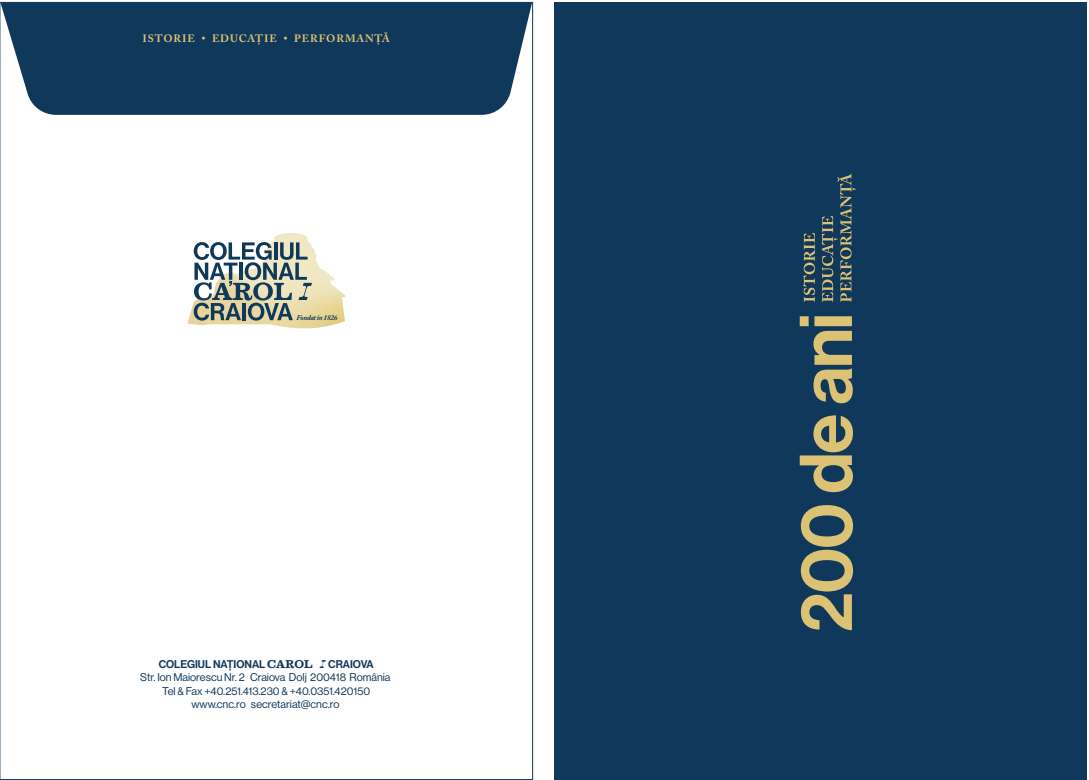
Diploma

dimensiune: A4, portret
hartie: min. 300mg

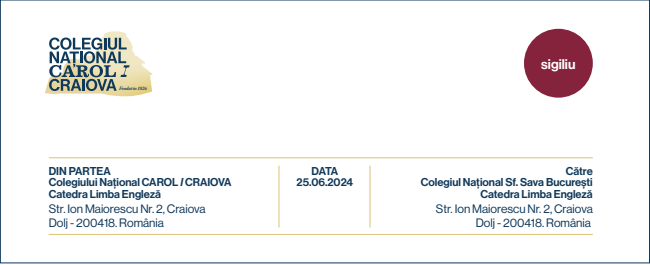
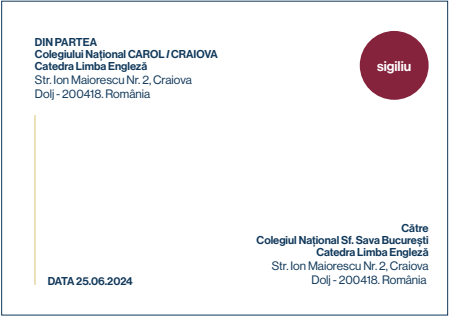
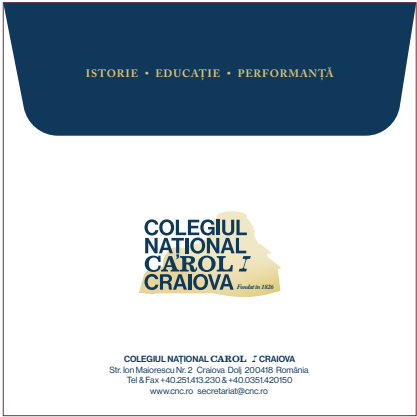


Plicul

dimensiune: A4, pătrat, C6



verso
aniversar



verso normal

Descărcați din link documentele pentru tipar

Materialele vestimentare în cadrul unui manual de brand sunt elemente importante ale identității vizuale și pot juca mai multe roluri în promovarea și consolidarea imaginii de brand a unei companii. **Iată câteva roluri cheie pe care le pot avea:**

- **Uniformitate și coeziune:** Materialele vestimentare pot asigura o apariție uniformă și coezivă pentru personalul și elevii instituției. Aceasta poate crea o impresie puternică și consistentă în ochii partenerilor și publicului în general.
- **Reprezentare a valorilor și identității brandului:** Designul, culorile și stilul materialelor vestimentare pot reflecta valorile, cultura și identitatea brandului. Ele pot comunica mesaje importante despre instituție și pot contribui la conturarea percepției publicului despre brand.
- **Promovare în timpul evenimentelor și activităților:** Angajații care poartă materiale vestimentare cu logo-ul și elementele de identitate vizuală ale brandului pot fi ambasadori eficienți ai acestuia în diverse contexte, cum ar fi evenimentele corporative, târgurile, conferințele sau activitățile de voluntariat.
- **Încredere și profesionalism:** Oamenii pot percepe persoanele care poartă uniforme sau alte articole vestimentare cu brandul instituției ca fiind mai încrezători și mai profesioniști. Aceasta poate consolida încrederea în brand și poate influența percepția publicului despre calitatea și fiabilitatea serviciilor oferite.
- **Diferențiere și recunoaștere:** Materialele vestimentare personalizate pot ajuta la diferențierea unei companii de concurență și la crearea unei identități unice pe piață. Ele pot facilita, de asemenea, recunoașterea brandului în mediul înconjurător și pot spori vizibilitatea acestuia.

personalizarea premium
prin broderie

VESTIMENTARE
Tricouri Oficiale POLO

D.11



200 de ani
ISTORIE • EDUCAȚIE • PERFORMANȚĂ





serie regalițăi

conține portreterelor regalițăiilor ce au avut legătura cu instituția

serigrafie sau print



serie alumni celebri

conține portreterelor personalităților care au absolvit sau au legătură strânsă cu instituția

serigrafie sau print



serie ABSOLVENT ELEV PROFESOR DIRIGINTE OLIMPIC



tricourile pot avea culorile oficiale
serigrafie print

VESTIMENTARE

Tricouri comerciale

D.12

VESTIMENTARE

Tricouri comerciale

D.14

serie

ELEV
PROFESOR
DIRIGINTE
OLIMPIC
ABSOLVENT
SPORTIV



VESTIMENTARE

Snur, ecuson, insignă

D.13



Alte materiale personalizabile

D.15





Materialele digitale în cadrul unui manual de brand sunt esențiale în era digitală și joacă un rol crucial în promovarea și consolidarea imaginii de brand a unei instituții. Acestea sunt utilizate pentru a asigura coerența și consistența mesajelor brandului pe platformele online și digitale. **Iată câteva roluri cheie pe care le pot avea:**

- **Prezență online uniformă:** Materialele digitale, cum ar fi șabloanele de design pentru site-ul web, blog, rețelele de socializare și alte platforme online, asigură o prezență online uniformă și coezivă. Acestea reflectă identitatea și valorile brandului în mediul online.
- **Brand awareness și recunoaștere:** Grafica digitală, cum ar fi logo-ul, elementele de identitate vizuală și conținutul vizual, contribuie la creșterea conștientizării și recunoașterii brandului în mediul online. O prezență digitală puternică poate ajuta la atragerea de noi clienți și la consolidarea relațiilor cu cei existenți.
- **Consolidarea angajamentului cu publicul:** Materialele digitale, cum ar fi conținutul creativ, videoclipurile, infograficele și alte elemente multimedia, pot fi utilizate pentru a implica și a interacționa cu publicul în moduri inovatoare și captivante. Acestea pot stimula angajamentul și pot spori loialitatea față de brand.
- **Promovare și marketing online:** Materialele digitale sunt utilizate pentru a promova produsele și serviciile companiei prin intermediul campaniilor de marketing online, reclamelor plătite, e-mailurilor de marketing, conținutului sponsorizat și altele. Acestea pot ajuta la generarea de leads-uri și la creșterea vânzărilor online.
- **Credibilitate și profesionalism:** O prezență digitală bine gestionată și materiale digitale de calitate pot contribui la consolidarea credibilității și profesionalismului brandului în ochii publicului. Un website curat, responsiv și ușor de navigat, conținut de calitate și prezență activă pe rețelele sociale pot transmite un mesaj de încredere și fiabilitate.

Mesaj de felicitare pentru noii absolvenți



Mesaj infografic despre Bacalaureat



Imagine pentru una sau mai multe activități ale colegiului

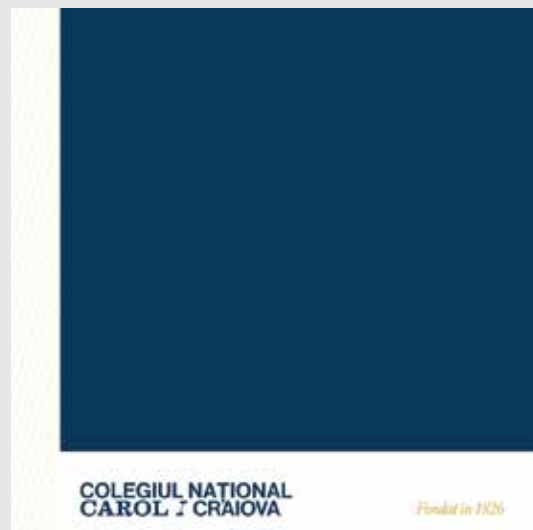


Mesaj pentru urări aniversare sau comemorări ale personalităților ce au studiat la Colegiul Național Carol I Craiova

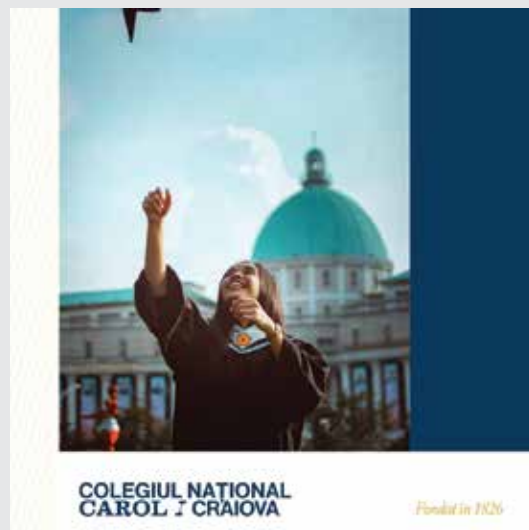


D.19 Cum se construiește

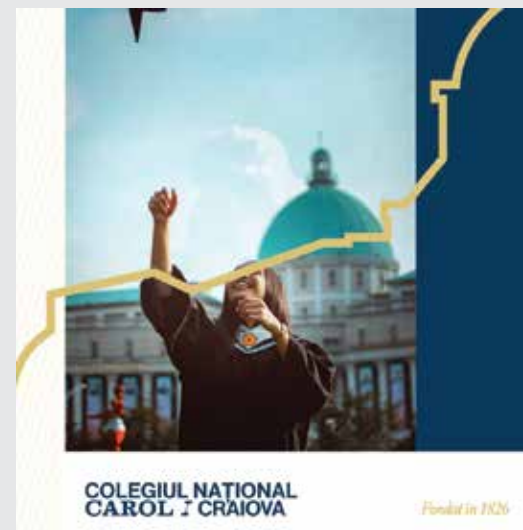
COMUNICAREA DIGITALĂ stil vizual



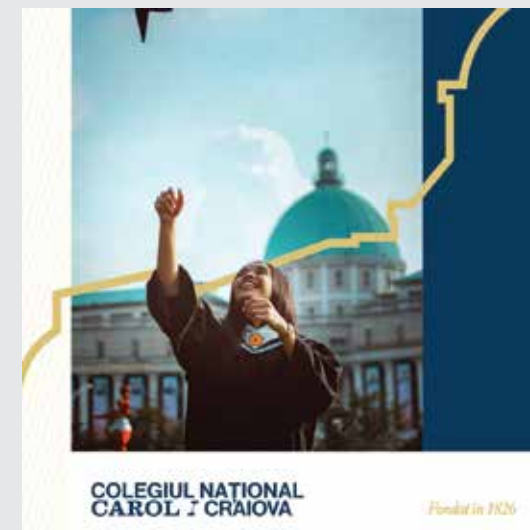
imaginea de bază, pe care se construiește vizualul dorit; tot în acest cadru albastru se poate aplica orice fotografie ce nu necesită text sau o prelucrare mai elaborată.



imaginea de bază + **fotografia**



imaginea de baza + fotografia +
linia clădirii



dacă linia clădirii trece peste față unei persoane sau elemente importante din fotografie se aplică o mască pentru ștergerea acelei zone

O imagine digitală, folosită pentru comunicarea digitală, conține următoarele elemente obligatorii:

1. **pattern-un colegiului, plasat in stânga imaginii**
2. **logo-ul colegiului, varianta simplificată**
3. **anul fondării**
4. **fotografia**
5. **linia clădirii Colegiului Național CAROL I Craiova**
6. **mesajul principal (HEADLINE)**
7. **mesaj secundar (body text)**



imaginea de baza + fotografia +
linia clădirii + **headline**



imaginea de baza + fotografia + linia
clădirii + headline + **body text**

D.20 Cum se redimensionează

COMUNICAREA DIGITALĂ formate de imagini



format 10x10



format 10x12



format 10x18



format 16x9

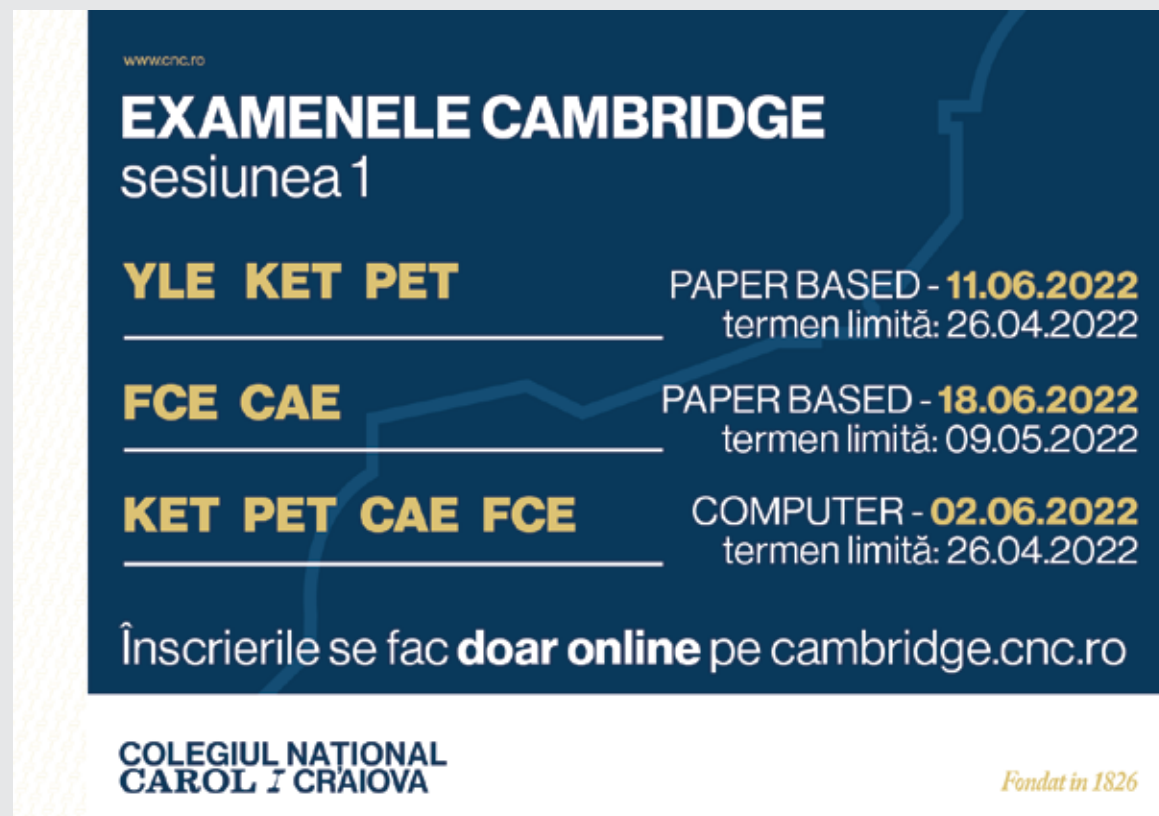


format 50x70,
adaptabil pentru print

In acest link există template-uri pentru toate tipurile de masje (general, aniversar, comemorativ, infografic) redimensionate în formatele de mai sus

D.21 Cum se scrie în infografice

COMUNICAREA DIGITALĂ stil vizual



Imaginile infografice păstrează elementele de bază ale oricărui vizual al instituției (pattern, logo, anul fondării), însă nu vor conține fotografie în fundal.

Textul trebuie să fie cât mai explicit. Clar.
Delimitat prin spațiere sau linii cu grosime de maxim 2px și prin grosimea fontului folosit.

Mărimi pentru fonturi:

Examele Cambridge
YLE, KET, PET
Paper based
Înscrierile se fac

H1 - HEADLINE - 72px, BOLD
H2 - TITLU - 60 px, BOLD
H3 - BODY TEXT - 48 px
H2 -



D.22 Cum arată prezentările (PPT)

Template pentru PPT

Coperta prezentării - cu fotografie



Coperta prezentării - fără fotografie



Dacă cel care redactază prezentarea are acces la fonturile oficiale atunci se folosesc acestea.
Dacă nu există acces la fonturile oficiale se vor folosi fonturile de sistem: Arial și Times New Roman

Coperta unui capitol din prezentare, cu fotografie



Slide-ul unui capitol este necesar să enumere subcapitolele sau punctele importante din interior acestuia

Coperta unui capitol din prezentare, fără fotografie



D.22.1 Cum arată prezentările (PPT)

COMUNICAREA DIGITALĂ stil vizual

Template pentru PPT

Slide de interior cu titlu si text



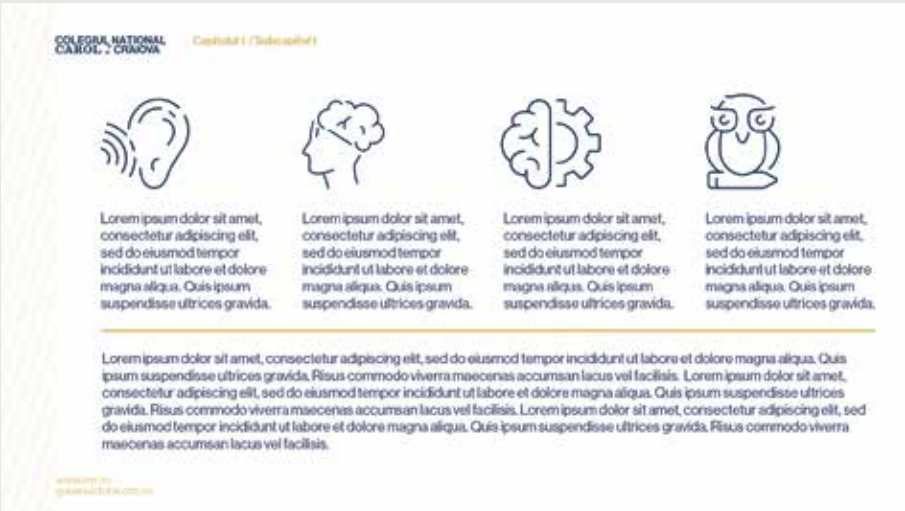
Slide de interior cu 2 coloane de text + un bloc de text sub acestea



Dacă cel care redactază prezentarea are acces la fonturile oficiale atunci se folosesc acestea.
Dacă nu există acces la fonturile oficiale se vor folosi fonturile de sistem: Arial si Times New Roman

In acest link există un template ce
conține toate aceste slide-uri

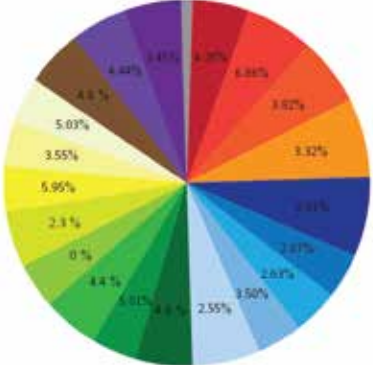
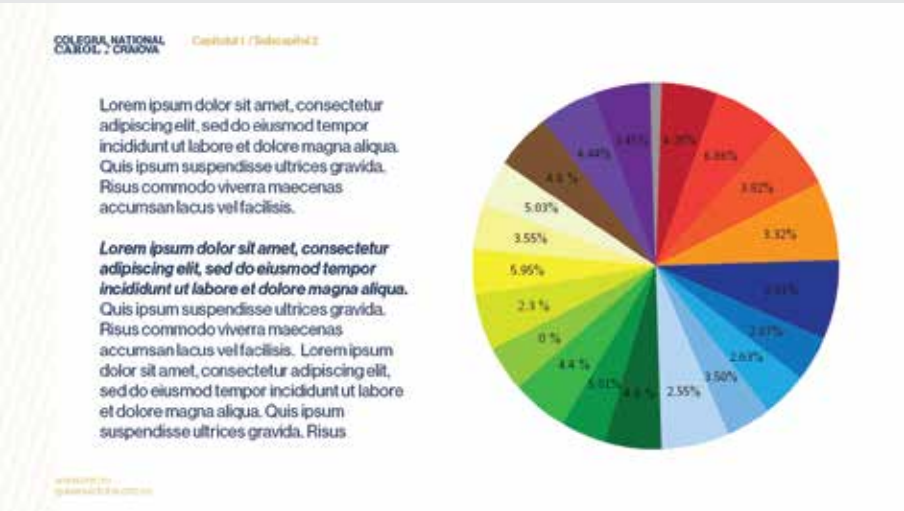
Slide de interior ce conține pictograme



Pictogramele
sunt extrase din
colecția de
pictograme a
colegiului.

Se pot folosi și
alte imagini în
locul acestor
pictograme însă
nu trebuie să
despășească
spațiul alocat unei
pictograme.

Slide de interior ce conține grafic



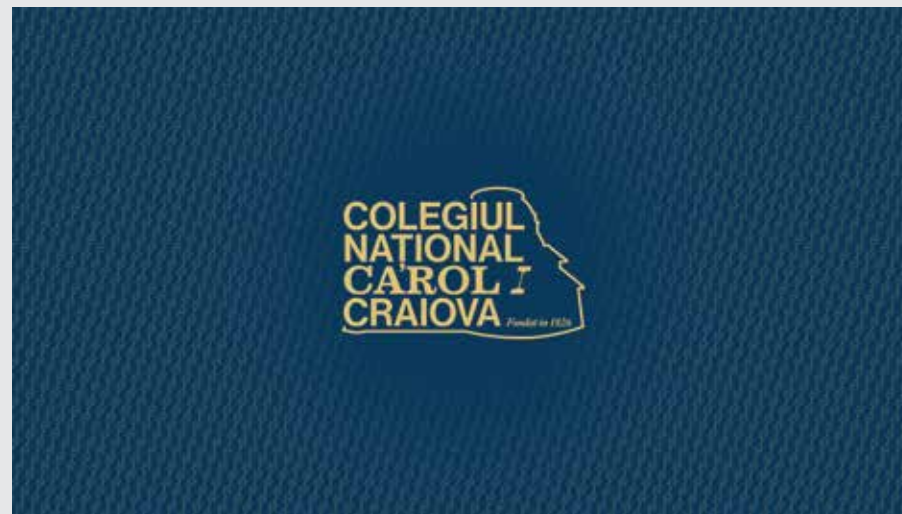
D.23 *Elemente pentru materiale video*

Template pentru video

Carton început, fond alb, maxim 3 secunde



Carton final, fond închis, maxim 3 secunde



Carton intermediar care afișează începutul unui capitol din video



Burtiera pentru numele persoanelor



Layout pagina principală aplicabil în restul site-ului



Pictogramele sunt extrase din colecția de pictograme a colegiului.

Se pot folosi și alte imagini în locul acestor pictograme însă nu trebuie să despășească spațiul alocat unei pictograme.

Meniul site-ului trebuie să fie cât mai clar definit și structurat, ușor de accesat în toate paginile atât de pe desktop cât și de pe mobil.

În meniu se folosește varianta de logo simplificată.

Primul ecran conține fie o imagine cu un mesaj reprezentativ pentru instituție fie un carusel cu imagini și link-uri către categorii importante din site.

Culorile elementelor sunt organizate în funcție de scop și funcționalitate, și detaliate în pagina următoare.

Textul trebuie să fie cât mai explicit și lipsit de ambiguități în exprimare. Se păstrează, evident, tonul vocii și personalitatea colegiului.

Imaginile trebuie să aibă o calitate și o rezoluție bună sau foarte bună. Ecranele actuale pot afișa imagini hi-res ceea ce necesită ca cei care se ocupă de site-ul instituției să folosească acest tip de imagini.

Elemente website

Continuarea paginii principale.



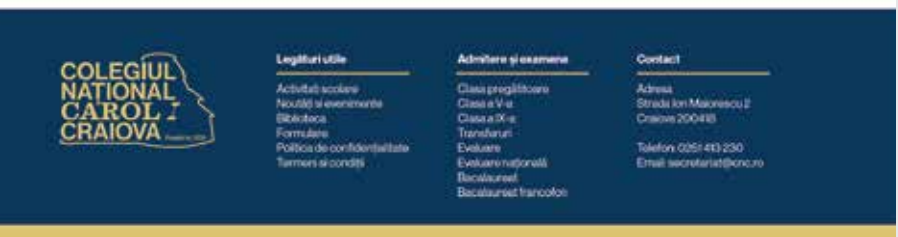
Pictogramele sunt extrase din colecția de pictograme a colegiului.

Se pot folosi și alte imagini în locul acestor pictograme însă nu trebuie să despășească spațiul alocat unei pictograme.

Pentru a evidenția acțiuni sau scopul unor elemente din site folosiți stiluri din imaginea alăturată. În link-ul cu materialele predefinite există deja aceste elemente create pe care să le importați în site-uri și aplicații web.



Footer-ul site-ului este pe fundal albastru și conține logo-ul complet în varianta cu o singură culoare.



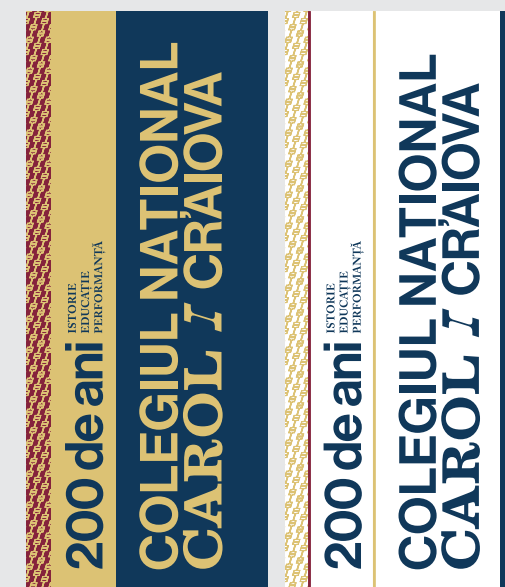
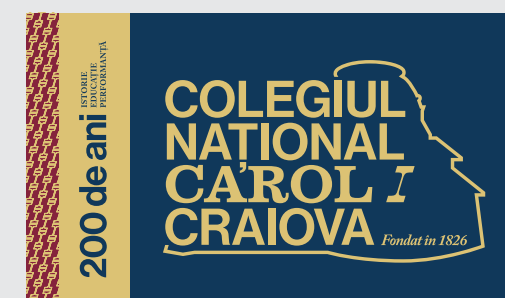
Materialele stradale în cadrul unui manual de brand joacă un rol important în extinderea vizibilității și recunoașterii brandului în spațiul public. Aceste materiale sunt concepute pentru a fi utilizate în locuri publice și tranzitate pentru a atrage atenția și pentru a comunica mesaje specifice despre brand. **Iată câteva roluri cheie pe care le pot avea:**

- **Publicitate și promovare:** Materialele stradale, cum ar fi panourile publicitare, bannerele, afișele, reclamele în spațiile urbane și alte elemente de semnalistică stradală, sunt folosite pentru a promova produsele, serviciile și mesajele brandului către un public larg. Ele pot atrage atenția trecătorilor și pot genera interes pentru brand.
- **Creșterea conștientizării și recunoașterii brandului:** Prin plasarea logo-ului, culorilor și elementelor de identitate vizuală pe materialele stradale, se poate crește conștientizarea și recunoașterea brandului în comunitatea locală și în medii urbane. O prezență vizibilă și constantă pe stradă poate contribui la consolidarea memoriei și a percepției publicului despre brand.
- **Direcționare și orientare:** Materialele stradale pot fi utilizate și pentru a ghida oamenii către locațiile specifice ale companiei, cum ar fi sediul central, magazinele sau evenimentele organizate de brand. Afișele direcționale, panourile indicatoare și alte elemente de semnalistică pot facilita navigarea și pot îmbunătăți experiența utilizatorilor.
- **Implicare comunitară:** Prin implicarea în proiecte comunitare sau evenimente locale, materialele stradale pot fi folosite pentru a comunica angajamentul și sprijinul brandului față de comunitatea în care activează. Afișele, panourile sau bannerele care promovează evenimente caritabile sau acțiuni de voluntariat pot consolida legăturile dintre brand și comunitatea locală.
- **Diferențiere și impact vizual:** Prin utilizarea designului creativ și al elementelor distinctive de identitate vizuală, materialele stradale pot contribui la diferențierea brandului și la crearea unui impact vizual puternic în peisajul urban. Acest lucru poate atrage atenția într-un mod pozitiv și poate facilita memorarea și recunoașterea brandului.

Steaguri

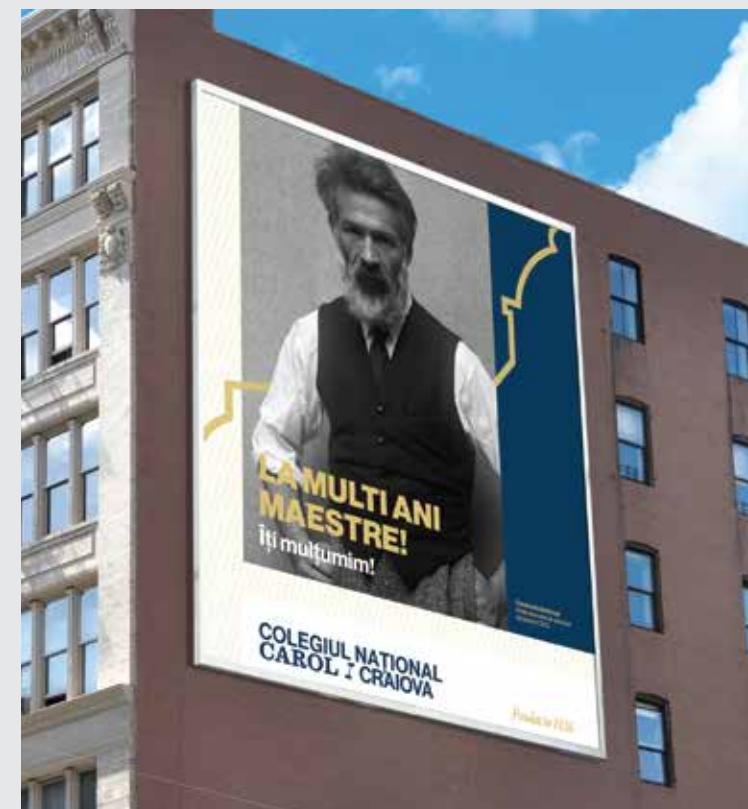
Steagul unei instituții servește ca simbol puternic al identității și valorilor.

Fiind folosit în evenimente oficiale, materiale de promovare și comunicare, steagul inspiră loialitate și mândrie instituțională, consolidând coerența și prestigiului colegiului.



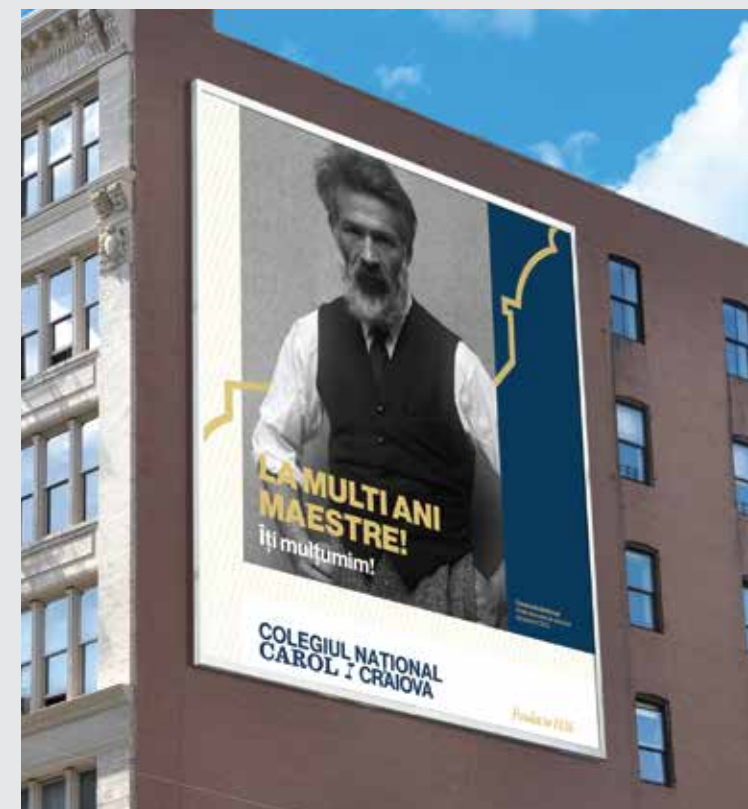
Bannere stradale

Un set de bannere stradale este oferit în link-ul cu materiale editabile. Se pot adapta din vizualurile de social media și ajusta apoi pentru diferite medii exterioare. **Scopul comunicării rămâne același, mesajul nu trebuie alterat, doar textul și imaginea se poate schimba în funcție de suprafețele și orientarea acestora.**



Bannere stradale

Un set de bannere stradale este oferit în link-ul cu materiale editabile. Se pot adapta din vizualurile de social media și ajusta apoi pentru diferite medii exterioare. **Scopul comunicării rămâne același, mesajul nu trebuie alterat, doar textul și imaginea se poate schimba în funcție de suprafețele și orientarea acestora.**





Materialele stradale în cadrul unui manual de brand joacă un rol important în extinderea vizibilității și recunoașterii brandului în spațiul public. Aceste materiale sunt concepute pentru a fi utilizate în locuri publice și tranzitate pentru a atrage atenția și pentru a comunica mesaje specifice despre brand. **Îată câteva roluri cheie pe care le pot avea:**

- **Publicitate și promovare:** Materialele stradale, cum ar fi panourile publicitare, bannerele, afișele, reclamele în spațiile urbane și alte elemente de semnalistică stradală, sunt folosite pentru a promova produsele, serviciile și mesajele brandului către un public larg. Ele pot atrage atenția trecătorilor și pot genera interes pentru brand.
- **Creșterea conștientizării și recunoașterii brandului:** Prin plasarea logo-ului, culorilor și elementelor de identitate vizuală pe materialele stradale, se poate crește conștientizarea și recunoașterea brandului în comunitatea locală și în medii urbane. O prezență vizibilă și constantă pe stradă poate contribui la consolidarea memoriei și a percepției publicului despre brand.
- **Direcționare și orientare:** Materialele stradale pot fi utilizate și pentru a ghida oamenii către locațiile specifice ale companiei, cum ar fi sediul central, magazinele sau evenimentele organizate de brand. Afișele direcționale, panourile indicatoare și alte elemente de semnalistică pot facilita navigarea și pot îmbunătăți experiența utilizatorilor.
- **Implicare comunitară:** Prin implicarea în proiecte comunitare sau evenimente locale, materialele stradale pot fi folosite pentru a comunica angajamentul și sprijinul brandului față de comunitatea în care activează. Afișele, panourile sau bannerele care promovează evenimente caritabile sau acțiuni de voluntariat pot consolida legăturile dintre brand și comunitatea locală.
- **Diferențiere și impact vizual:** Prin utilizarea designului creativ și al elementelor distinctive de identitate vizuală, materialele stradale pot contribui la diferențierea brandului și la crearea unui impact vizual puternic în peisajul urban. Acest lucru poate atrage atenția într-un mod pozitiv și poate facilita memorarea și recunoașterea brandului.

Info & Direcționale

Panouri direcționale
Panouri informaționale
Panouri promoționale

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

Un elev bun
se clădește cu
disciplină și
dedicare.

200 de ani
se clădesc
cu respect și
asumare.

Fondat în 1826 de către Stanciu
Capățeanu și Grigore Pleșoianu,
Colegiul Național CAROL I Craiova
își deschide azi porțile pentru 2000 de
elevi și peste 150 de cadre didactice și
personal administrativ.

200 de ani

ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ

www.cnc.ro

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

et. 2

← SĂLI CLASĂ V-VII
SALĂ FESTIVITĂȚI
WCE+P

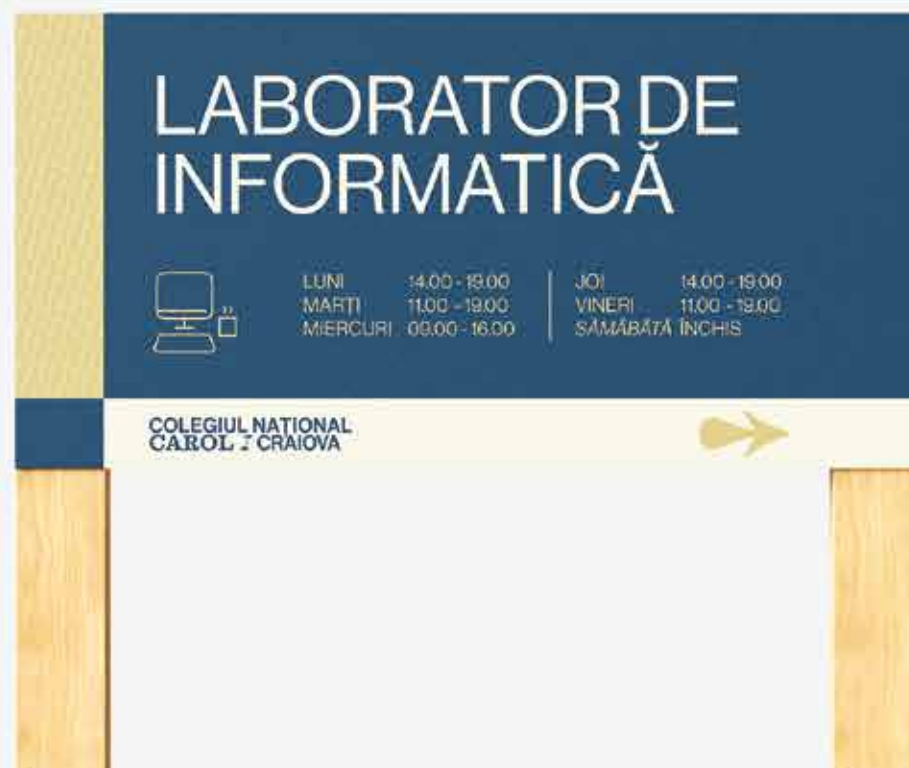
↙ ETAJ 1
SĂLI CLASĂ VIII-XII
TEATRU LIRIC
BIBLIOTECĂ

↓ PARTER
CANCELARIA
CABINETE
SALA FESTIVITĂȚI

Wayfinding

Afișaje direcționale

- Orientare și navigare
- Reducerea confuziei și a stresului
- Eficiență operațională



Ajută la orientarea vizitatorilor și angajaților, indicând clar direcțiile către săli de clase, săli de conferințe, toalete, ieșiri de urgență și alte facilități importante. **Panourile bine amplasate și vizibile pot reduce confuzia și stresul cauzat de căutarea locațiilor**, îmbunătățind astfel experiența utilizatorilor. Ghidarea eficientă a fluxului de persoane poate îmbunătăți eficiența operațională a clădirii, reducând aglomerația și prevenind pierderea de timp.



Expansiunea identității **CNCIC**

**portarea identității
aplicarea stilului
exemple declinate
conexiuni vizuale**

cum se construiește un sub-brand

cum se stilizează

3 din 5 exemple realizate și aplicate

ce este important să se vadă

Un sub-brand este o extensie a unui brand principal, creat pentru a se adresa unor categorii specifice de activități sau pentru a oferi produse și servicii care au caracteristici distincte, dar care sunt legate de Colegiu. Sub-brandul păstrează o legătură vizuală și conceptuală cu brandul principal, dar are propriile sale atribute și identitate distincte.

Valori și misiune

Clarificarea valorilor și misiunii sub-brandului în contextul brandului principal.

Nume

Alegerea unui nume care să reflecte identitatea și scopul sub-brandului, dar care să păstreze o conexiune cu brandul principal.

Paletă de culori și fonturi

Paleta de culori folosită este cea a Colegiului, fonturile și scrisul de asemenea, acestea și a unor fonturi care să fie în armonie cu cele ale brandului principal, dar suficient de distincte pentru a permite recunoașterea sub-brandului.

Propoziția de valoare

Dezvoltarea unei propoziții de valoare unice care să diferențieze sub-brandul de alte activități și să ofere beneficii clare segmentului de activități din care provine

Logo

Crearea unui logo care să fie distinct, dar armonios integrat cu identitatea vizuală a brandului principal.

Design și layout

Setul de linii directe de design care să definească utilizarea logo-ului, culorilor, fonturilor și altor elemente vizuale în materialele de comunicare ale sub-brandului va fi același ca al colegiului, cu câteva adnotări și modificări unde este cazul.

Litera *I* este pivotul brandului COLEGIULUI NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA în jurul acesteia gravitând întreaga identitate vizuală a sub-brandului.



Acestea sunt doar câteva din “sub-brandurile”
COLEGIULUI NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA

Toate au aceeași structură, aceeași compoziție
și aliniament lateral.

Textul stă în stânga. Simbolul în dreapta.

Denumirile care conțin litera **I** vor aborda o
scriere asemănătoare colegiului. Dacă litera nu
apare în niciun cuvânt se va căuta un element
important din text și acela se va scrie cu
formatarea literei **I** (ex. Queen Victoria)

**Acestea sunt doar logo-tipurile. Fiecare
sub-brand are o identitate vizuală separată,
derivată din identitatea colegiului.**

CONCURSUL
DE MATEMATICĂ
ȚIȚEICA



Neue Haas Grotesk Display Pro, 65 Medium
Neue Haas Grotesk Display Pro, 65 Medium + Inserarea lui *I* în MATEMATI**CĂ**
Temeraire Bold - numele personalității

CONCURSUL INTERJUDEȚEAN
DE CULTURĂ & CIVILIZAȚIE
BRITANICĂ QUEEN VICTORIA



Neue Haas Grotesk Display Pro, 65 Medium
N Haas Grotesk D Pro, 65 Medium + Ampersand &
Temeraire Bold - numele personalității

CENTRUL DE
EXCELENȚĂ



Neue Haas Grotesk Display Pro, 65 Medium
Temeraire Bold + Inserarea lui *E*

HISTRIO
COLLEGIUM



Temeraire Bold, numele trupei de teatru
Neue Haas Grotesk Display Pro, 65 Medium + + Inserarea lui *I* în COLLEGIUM

Este necesar ca alegerea și design-ul grafic al simbolurilor / logo-tipurilor să fie făcută de profesioniști din afara instituției. **A abordare amatoricească sau lipsita de simț estetic va dăuna întregii imagini a instituției.** Exista cazuri în care diferiți elevi și profesori dețin cunoștințe de lucru cu programe de editare grafică, cu toate acestea rezultatele muncii lor trebuie aliniate la standarde profesionale și verificate pentru mai multe situații de utilizare.

E.04.1 *Cum se stilizează*

Aplicarea stilului

exemplu 1

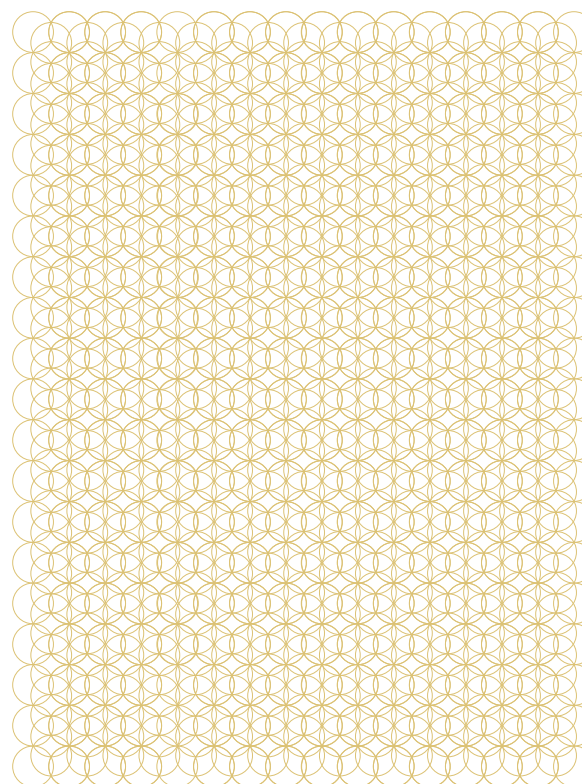
CONCURSUL DE MATEMATICĂ ȚIȚEICA

Pattern-ul este un rezultat al
multiplicării logotip-ului

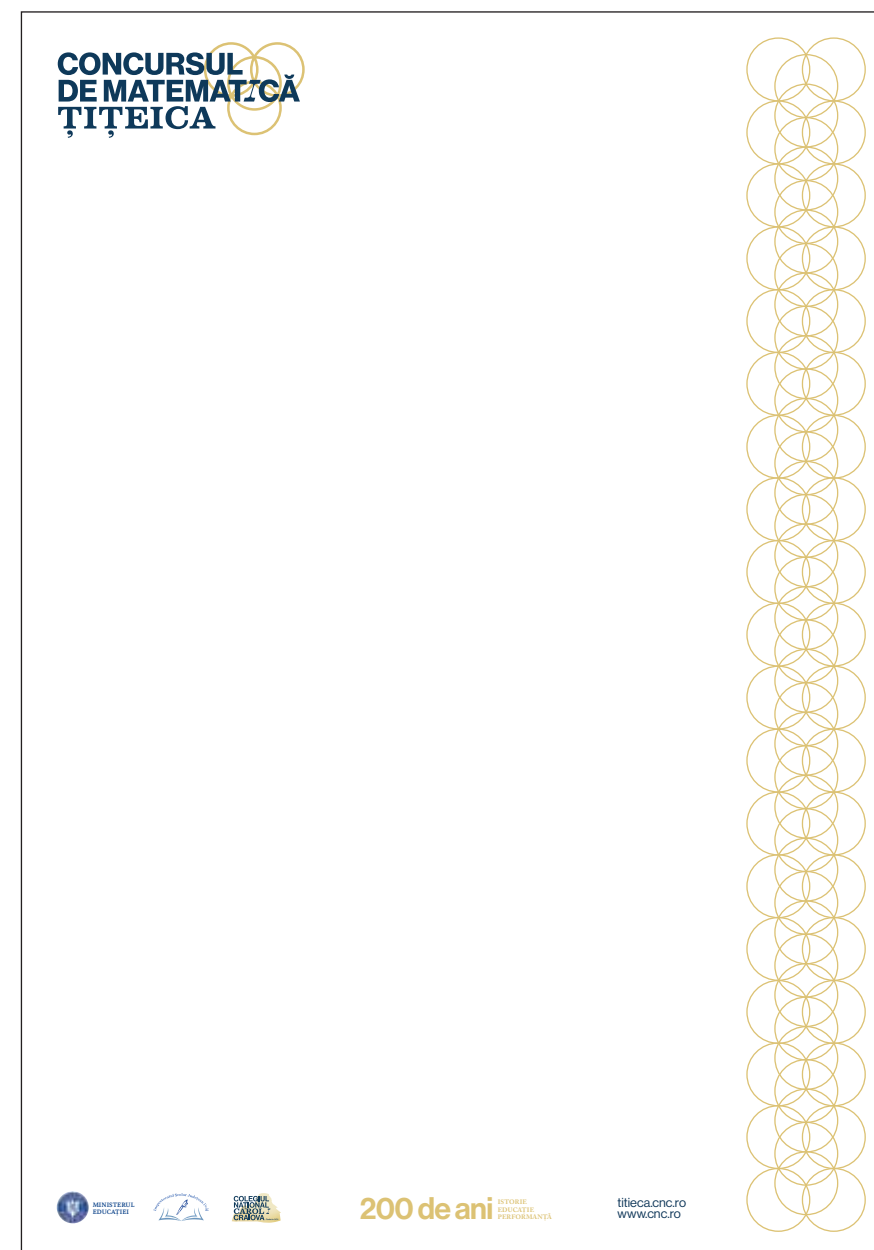


Imaginea / portretul personalității
în jurul căruia este construit
evenimentul se realizează
conform explicațiilor anterioare.
(vezi pagina cu Brâncuși - B24)

Logo-ul concursului este
inspirat din faimoasa problemă
a celor 4 monezi enunțată de
Gh. Țițeica.



Antetul evenimentului are logo-ul în stânga, sus.
Un element grafic în dreapta declinat din
logo-tip. **Footer-ul** antetului conține logourile
institutiilor care sunt implicate în eveniment



CONCURSUL DE MATEMATICĂ ȚIȚICA

Fiecare eveniment organizat de instituție va avea obligatoriu un afiș / key-visual.

Acest vizual va conține toate elementele necesare comunicării

1. logourile instituțiilor care organizează evenimentul
2. numele evenimentului + logo
3. imaginea stilizată a personalității
4. numărul ediției + alte detalii relevante
5. sigiliul instituției
6. zona de footer este compusă din eticheta 200 de ani, website-ul instituției, website-ul evenimentului
7. dacă există sponsori vor fi adaugați într-o bandă separată sub zona de footer

Compoziția vizuală se aliniază la standardul instituției

- A. fundal cu pattern
- B. culorile instituției
- C. fonturile instituției

Toate celelalte materiale dezvoltate pentru eveniment vor avea aceeași identitate vizuală folosită în cadrul evenimentului.



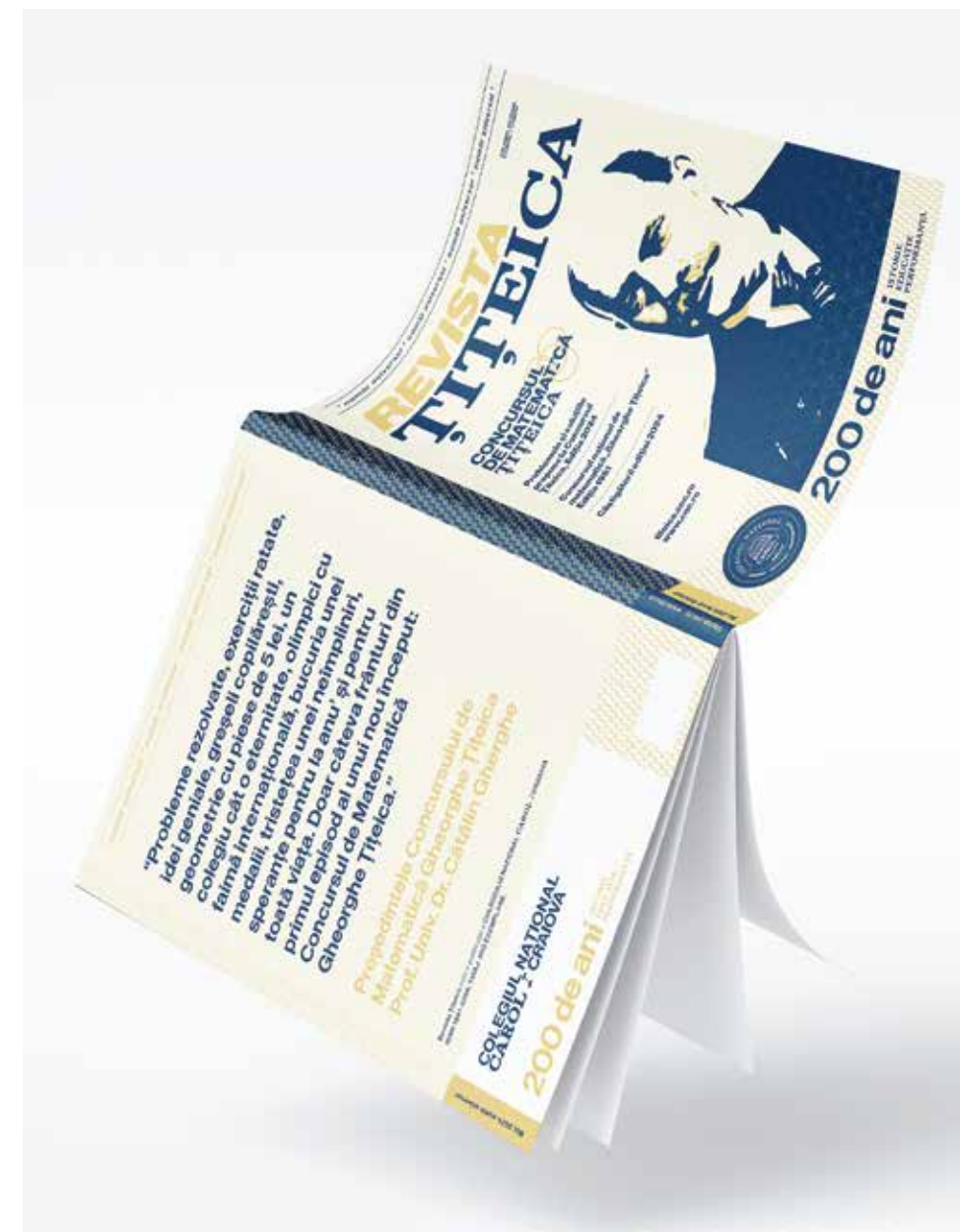
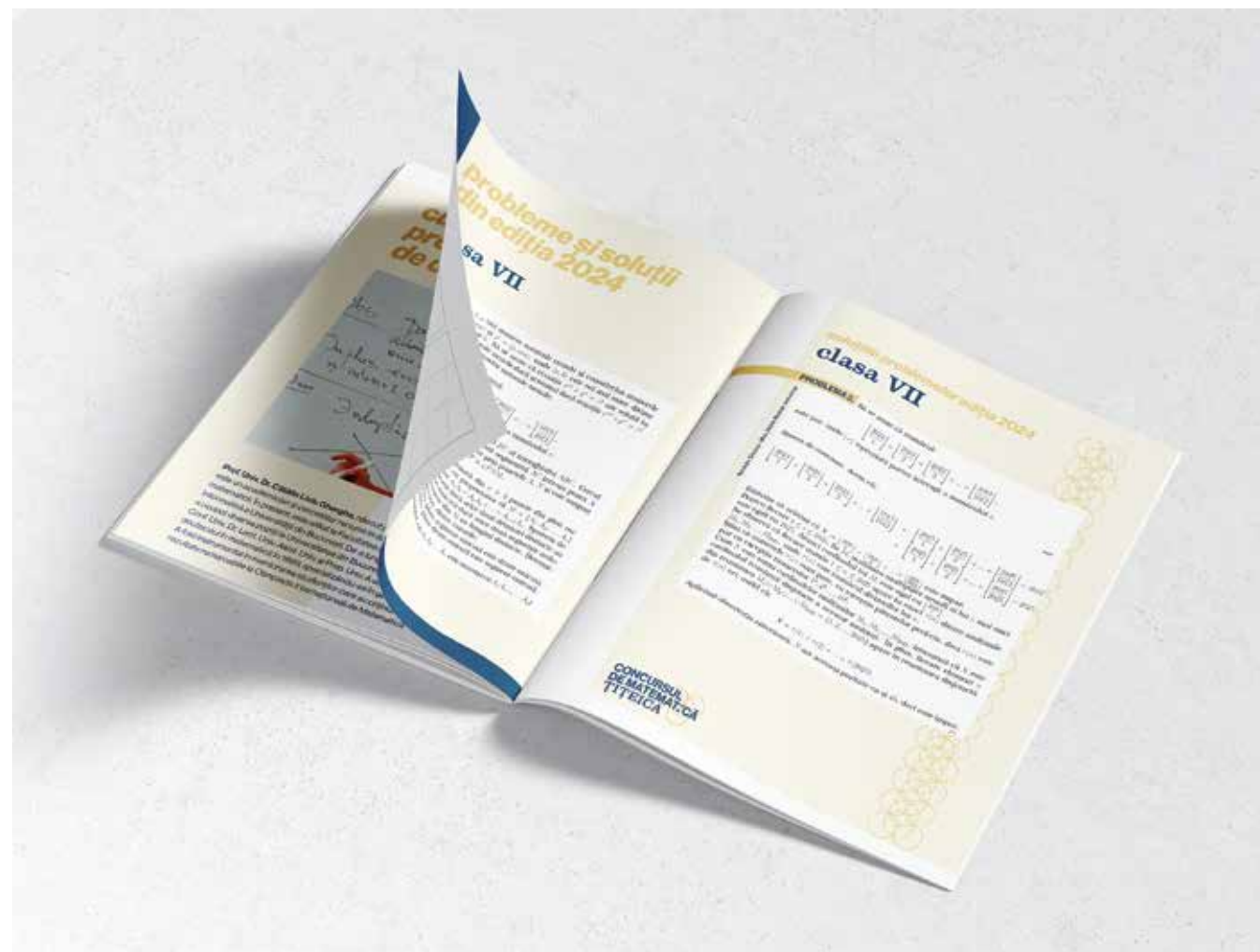
E.04.3 Cum se stilizează

Aplicarea stilului

exemplu 1

CONCURSUL
DE MATEMATICĂ
ȚIȚEICA

Restul obiectelor create sau personalizate vor utiliza aceleași elemente grafice și se vor alinia identității vizuale create pentru eveniment.



CONCURSUL INTERJUDEȚEAN DE CULTURĂ & CIVILIZAȚIE BRITANICĂ QUEEN VICTORIA



Logo-ul evenimentului este compus din scrisul aliniat la formatarea logo-ului instituției. Ampersandul & este elementul pivotant. **Queen Victoria** este numele personalității.

Logotip-ul / simbolul este o vectorizare stilizată a portretului reginei Queen Victoria de pe una dintre monezile folosite în perioada de domnie.



Ilustrația castelului Windsor însoțește materialele de comunicare ca element grafic și fundal



CONCURSUL INTERJUDEȚEAN DE CULTURĂ & CIVILIZAȚIE BRITANICĂ QUEEN VICTORIA



CONCURSUL INTERJUDEȚEAN
DE CULTURĂ & CIVILIZAȚIE
BRITANICĂ QUEEN VICTORIA

EDIȚIA III
MARTIE-IULIE
2024

Invitație

Stimate doamnă, stimate domnule,

COLEGIUL NAȚIONAL CAROL I CRAIOVA organizează a treia ediție a Concursului Interjudețean de Cultură & Civilizație Britanică "Queen Victoria", dedicat elevilor de gimnaziu, respectiv clasele V-VIII și elevilor de liceu, respectiv clasele IX-XII. Concursul este unul cu participare directă. Nu se percepe taxă de participare.

Concursul constă într-o probă scrisă structurată astfel:

- prima parte are un set de 20 de întrebări sub formă de grilă, cu un singur răspuns, conform tematicii pentru fiecare clasă
- a doua parte constă în redactarea unui text pornind de la o imagine legată de un eveniment din istoria Regatului Unit;

Înscrierea se face în doi pași:

- Înscrierea unității de învățământ pentru desfășurarea etapei pe școală completând formularul <https://forms.gle/T4p7nUpz5HRIFys49>
- După desfășurarea etapei pe școală, **toți participanții care au obținut minimum 80 de puncte vor fi înscriși de către profesor în platforma dedicată concursului. Datele de acces în platformă se vor obține de la coordonatorul județean și vor fi trimise pe mail-ul profesorului coordonator din școală.**

Termenul limită de înscriere pentru ETAPA JUDEȚEANĂ este: 1 APRILIE 2024

COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

200 de ani
1859-2019
ROMANIA
ROMANIA

queenvictoria.cnc.ro
www.cnc.ro

CONCURSUL INTERJUDEȚEAN
DE CULTURĂ & CIVILIZAȚIE
BRITANICĂ QUEEN VICTORIA

PREMIUL I

Se acordă elevului:

POPESCU M. ANDREI

Pentru ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna

Directorul Instituției
Prof. Dr. Nume Profesor

Alta funcție / Altă instituție
Nume Prenume

28.06.2023. Craiova, România.

Data. Locația.

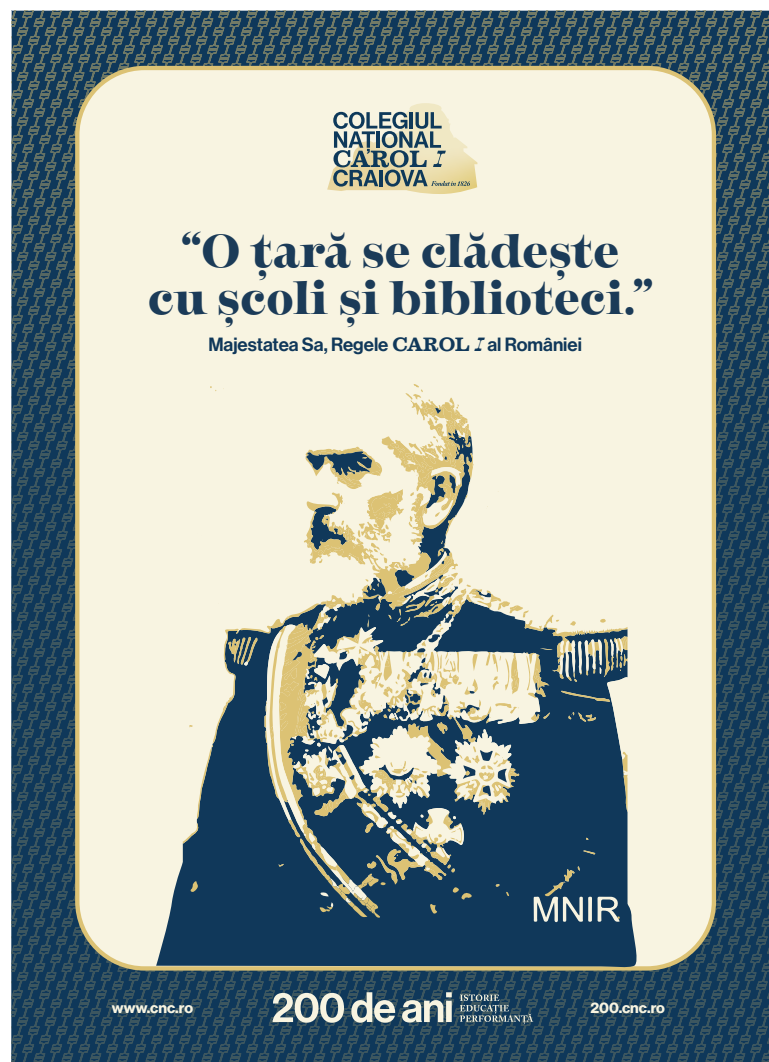
COLEGIUL
NAȚIONAL
CAROL I
CRAIOVA

CONCURSUL INTERJUDEȚEAN
DE CULTURĂ & CIVILIZAȚIE
BRITANICĂ QUEEN VICTORIA

queenvictoria.cnc.ro
www.cnc.ro

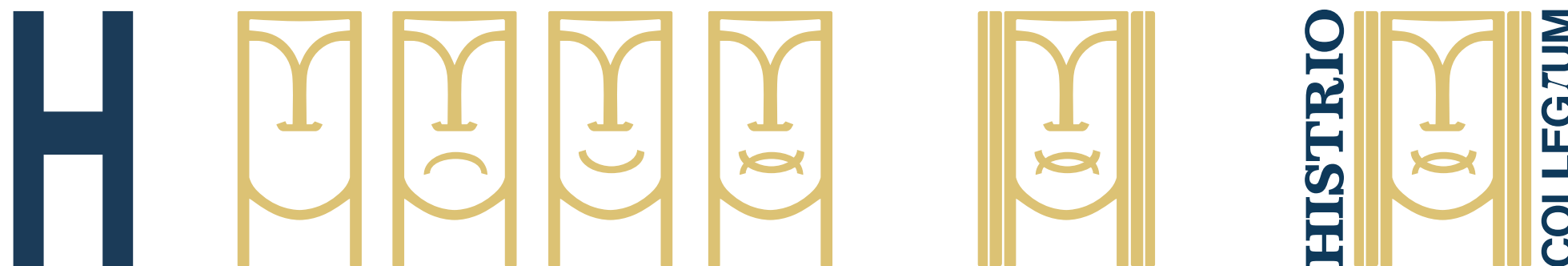
COLEGIUL NAȚIONAL
CAROL I CRAIOVA

EDIȚIA III.
ETAPA INTERJUDEȚEANĂ.



HISTRIO COLLEGZUM





HISTRIO COLLEGIUM este trupa de teatru a Colegiului Național Carol I Craiova. Cu un istoric proaspăt, trupa deja a fost observată și apreciată la nivel național, având un număr considerabil de reprezentații susținute de elevi talentați și dornici să aprofundeze tehnicile, secretele și experiența uneia dintre cele mai mari scene ale lumii: lumea teatrului.

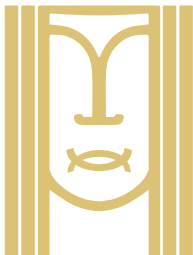
Simbolul trupei este în relație cu litera H, conține o singură mască, are două expresii faciale, clasice în iconografia de teatru, râsul și plânsul, suprapuse și un început de “cortină” în stânga și în dreapta.



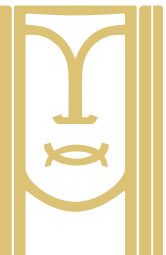
E.05.2 *Histrion Collegium*

Crearea logotipului
aliniamnt și spațiere

HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM



HISTRIO
COLLEGIUM

HISTRIO



COLLEGIUM

HISTRIO
COLLEGIUM

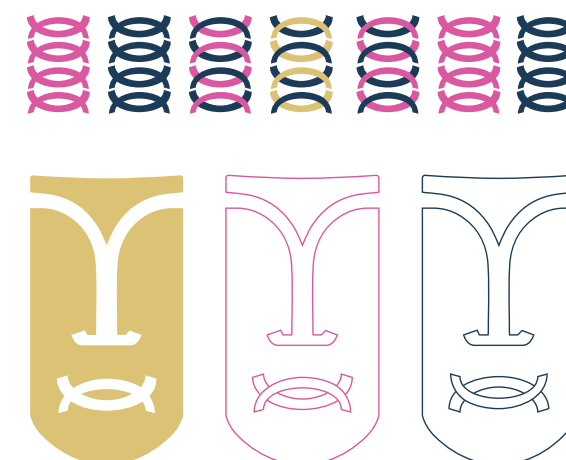




“this is just a kit.
feel free
to experiment
in the name of
art

primary

show off
colors





E.05.5 *Histrion Collegium*

Cum arată materialele template afiș

Se începe cu fundalul ce conține elementele fixe. Jumătate din mască care poate să fie de orice culoare și logo-urile organizatorilor.

Se adaugă grafica posterului și se stilizează modalitatea de suprapunere a acestia cu jumătatea de mască.

Se adaugă titlul piesei in contrast cu grafica și grafica măștii.

Se adaugă elementele informații cât mai simple și succinte despre piese: trupa, texte, regie. Se adagă data, ora și locul în care se desfășoară. Dacă piesa este cu cu bilet, atunci se trece prețul biletului și locul din care se poate achiziționa.

Se adaugă actorii și se fac ultimele retușuri unde există probleme de vizibilitate a textului.

LINK SURSE



E.05.6 *Histrion Collegium*

Cum se dimensionează

Organizarea informației trebuie să fie cât mai simplă și mai liniară, de sus în jos ca importanță, aliniată la dreapta.

1. Actori
2. Piesă și detalii
3. Locația și data
4. Logo organizatori
5. Imaginea de fundal

La redimensionare se păstrează cât mai mult din aliniamentul inițial. Se pastrează un “focus point” din grafica imaginii iar restul conținutului trebuie să “încapă” cât mai natural în noul format.



Anunțuri de interes ce pot deveni boosted ads fără să aibă nevoie de o campanie de comunicare aferentă.

Template

1. un singur mesaj pe prima imagine
2. e recomandat să urmeze și a doua imagine în tip carusel
3. culorile roșii atrag cel mai bine atenția în contraste negative.
4. nu este recomandat să folosiți fotografie cu text



LINK SURSE



E.05.8 *Histrion Collegium*

LINK SURSE

1. Template-uri exemplificate cuprind un caz de prezentare de echipa, impreuna cu membrii acesteia insa poate oricand deveni rezumatul unei piese in cateva fotografii.
2. Al doilea este un template de infografic, care anunță un eveniment al trupei de teatru ce conține tipologii de layout și elemente ce pot fi reconfigurate către mai multe scopuri de comunicare.





“fresh
cool
not cheap

E.05.9 *Histrion Collegium*

Merchandise

Bilete și accesorii



*Acesta este un document în lucru,
și va continua să rămână în acest
stadiu de work-in-progres ca orice lucru
ce se poate îmbunătăți.*

Urmează să fie adăugate link-uri către
directoare online ce conțin materiale
descrise în aceasta variantă pre-finală,

Urmează să fie tratate capitolele Asociația
Sportivă și Centrul de Excelență.

**Pentru orice detalii referitoare la documentele ce conțin
elemente grafice contactati adresa ipsc.missions@gmail.com**



200 de ani

ISTORIE
EDUCAȚIE
PERFORMANȚĂ

www.cnc.ro

COLEGIUL NATIONAL CA'ROL *I* CRAIOVA

designed at ipsc.space

www.cnc.ro

copyright 2025