

armath



ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ
ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

2016թ.

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ ԵՎ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐ	4
«ԱՐՄԱԹ» ԲՐԵՆԴ	6
ԲՐԵՆԴԻ ՊԼԱՏՖՈՐՄ	8
«ԱՐՄԱԹ» ԼՈԳՈ	12
ԼՈԳՈՅԻ ՀԱՅԵՐԵՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿԸ	14
ԴԱՏԱՐԿ ՏԱՐԱԾՔ	15
ԼՈԳՈՅԻ ԳՈՒՆԱՅԻՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿՆԵՐԸ	16
ԼՈԳՈՅԻ ՍԽԱԼ ՕԳՏԱԳՈՐԾՈՒԽԸ	17
ԼՈԳՈՅԻ ԴԻՐՔԱՎՈՐՈՒԽԸ	18
ԳՐԱՖԻԿԱԿԱՆ ՏԱՐՐԵՐ	19
ԳՈՒՆԱՊՆԱԿ	21
ՏԱՌԱՏԵՍԱԿ	22
ԲՐԵՆԴԱՅԻՆ ՆՅՈՒԹԵՐ	23

«ԱՐՄԱԹ» ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ



«ԱՐՄԱՔ» ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

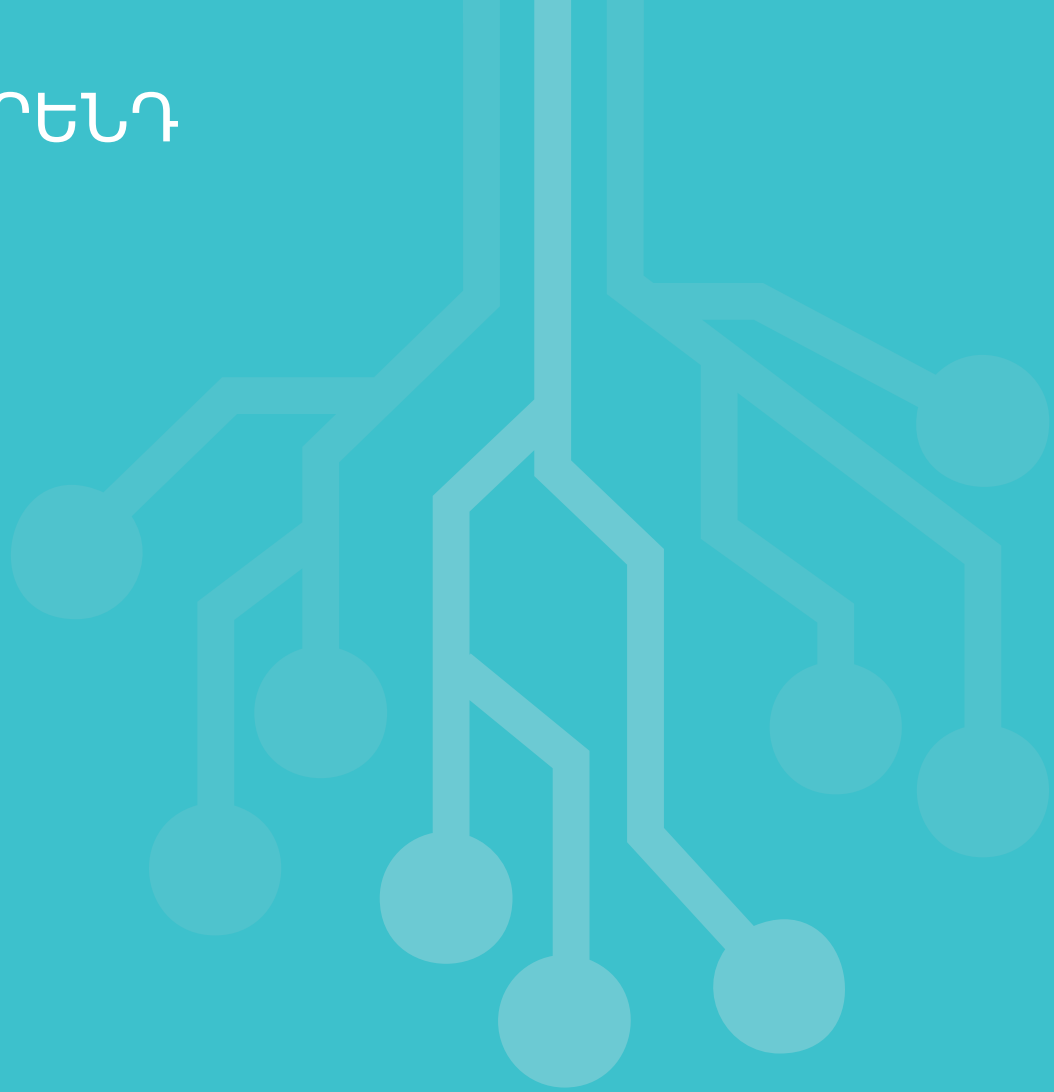
ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Այս փաստաթուղթը նպատակ ունի ներկայացնելու բրենդի ուղեցույցը գործընկերներին, ովքեր ցանկանում են օգտագործել «Արմաք»-ը: Մենք պետք է համոզված լինենք, որ մեր բրենդը նույն կերպ է ընկալվում աշխարհի ցանկացած վայրում: Այն պահանջում է ստանդարտների խիստ պահպանում: Այս ուղեցույցը ստեղծվել է, որպեսզի պահպանի բրենդի եզակիությունն ու պահի այն ուշադրության կենտրոնում:

Որպես գործընկեր՝ Ձեզանից պահանջվում է հետևել այս ուղեցույցի պահանջներին: Անհրաժեշտ է, որպեսզի Դուք համոզված լինեք, որ բոլոր նրանք, ովքեր պատասխանատու են գովազդի ստեղծման, ուղիղ էլեկտրոնային հաղորդագրությունների և ամառաշաղագման այլ նյութերի համար, պետք է ուսումնասիրեն, հասկանան և կիրառեն դրանք ճշգրտորեն ու հետևողականությամբ:

«Արմաք» բրենդի այս ուղեցույցը սահմանում է անունների, լոգոների և պատկերների օգտագործման համար հստակ ուղղություններ և ստանդարտներ, որոնք վերաբերում են «Արմաք» ծառայություններին և կիրառվում գովազդային և ամառաշաղագման բոլոր նյութերում՝ անկախ վերջիններիս ֆինանսավորման աղբյուրից:

«ԱՐՄԱԹ» ԲՐԵՆԴ



«ԱՐՄԱԹ» ԲՐԵՆԴ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

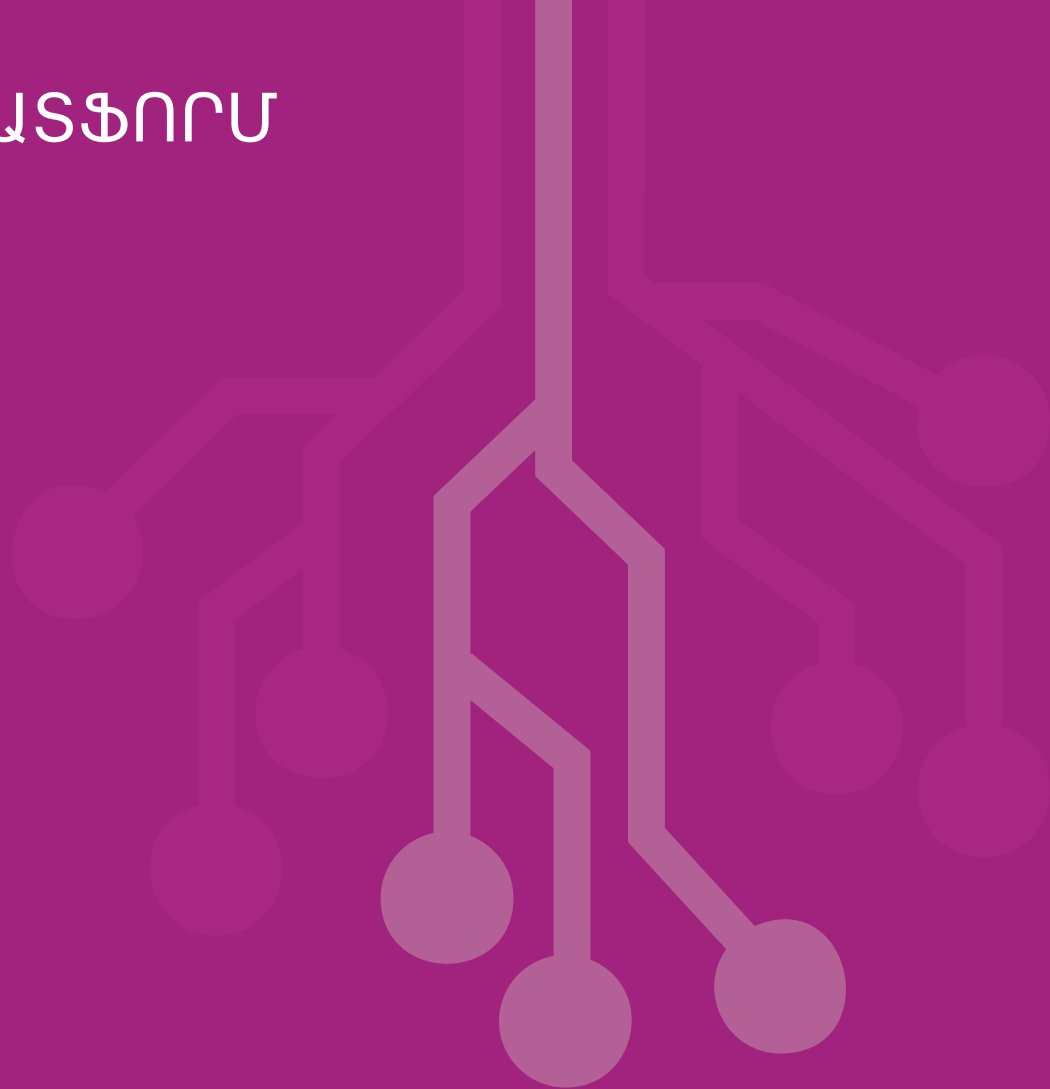
Ի՞նչ է բրենդը

«Արմաթ»-ի ծառայությունների կառավարման այս ուղեցույցն ավելի մեծ ջանքի մի մասն է կազմում: Մեր խնդիրն է բարձրացնել «Արմաթ» բրենդի և «Արմաթ»-ի գաղափարախոսության մասին իրազեկվածության մակարդակը մրցակից շուկայում, կառուցել այնպիսի հարթակ, որ նախապատվությունը տրվի «Արմաթ» բրենդին: Եվ ի վերջո, ստեղծել մնայուն բրենդ:

Ստեղծել մնայուն բրենդ

Բրենդը, հաճախ մի բառով կամ սիմվոլով արտահայտված, կազմակերպության համառոտ նկարագրությունն է, որը ներկայացնում է, թե ինչով է զբաղվում կազմակերպությունը: Մինչդեռ բրենդի նկարագրությունը ներկայացնում է բրենդի այլ, ավելի քիչ ակնհայտ ուղղությունները, որոնք նույնքան կարևոր են:

ԲՐԵՆԴԻ ՊԼԱՏՖՈՐՄ



ԲՐԵՆԴԻ ՊԼԱՏՖՈՐՄ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Բրենդի պատմությունը

Դարեր առաջ Հայաստանում գործում էր տեխնոլոգիական այնպիսի կառույց, որը թույլ էր տալիս ժամանակակից չափումների ճշգրտությամբ գծագրել աստղագարդ երկինքը: Հայաստանում է հայտնաբերվել առաջին անիվը, որը հին դարերի ամենակարևոր ձեռքբերումներից էր: Տեխնոլոգիական մտքի թռիչքը դարերի խորքից հասել է մեզ՝ աշխարհը փոխող ստեղծարարության ձևով՝

Ավետիս Թևանյան (Apple ընկերության Տեխնոլոգիաների գծով տնօրեն 2003-2006, Mac OS X-ի հեղինակ), Ավկար Ավկարյան (մագնիսառեզնանսային սպեկտրոկոպիայի հիմնադիրներից), Բորիս Բաբայան (խորհրդային գերհամակարգիչների հեղինակ) և այլք: Արարելու կարողությունների ինչպիսի՞ պաշար կա երիտասարդների նորաթուկ սերնդում, որը լցված է աշխարհը բարելավելու կամքով և գիտելիքով: Նա

վաղն իր ստեղծած տեխնոլոգիական գյուտի վրա եռաչափ տպիչով դաշելու է. «Ստեղծված է Հայաստանում»:

ԲՐԵՆԴԻ ՊԼԱՏՖՈՐՄ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Բրենդի դիրքավորումը

Ոչ ֆորմալ տեխնոլոգիական կրթական հայկական նախագիծ, որի նպատակն է մատնանշել Հայաստանի դերը տեխնոլոգիական քարտեզի վրա:

Բրենդի կերպարը

Հայ պարմանու կողմից ստեղծված ռոբոտ, որի անունն Արման է: Նա երիտասարդ, ստեղծագործ և Նորարար երեխաների ինտելեկտուալ, հետաքրքրասեր ընկերն է, որը պատրաստ է Նոր ու պայծառ գաղափարներ և անսպասելի լուծումներ առաջարկել:

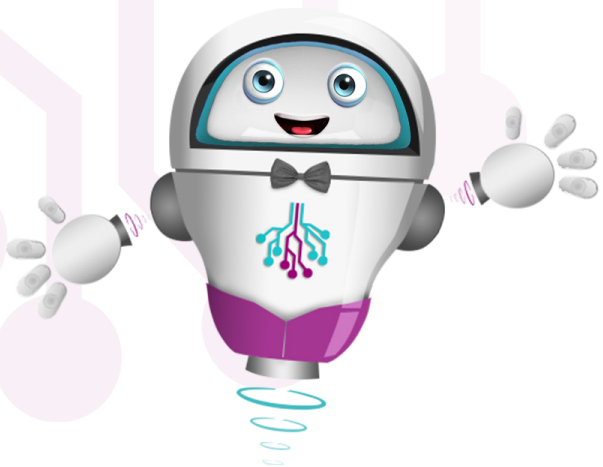
Առաքելությունը

Մեր առաքելությունն է ստեղծել կրթական հարթակ, որտեղ SS ոլորտի ապագա կադրերը հնարավորություն կստանան զարգացնել ինժեներական, Նորարարական, ստեղծարար հմտություններ: Մենք կարևորում ենք SS ոլորտի որակյալ կադրերի պատրաստումը: Մեր առաքելության առանցքային ուղղություն և ելման կետ ենք համարում Հայաստանը և հայկական դարավոր գիտական ժառանգությունը, ինչն անհրաժեշտ է SS ոլորտի զարգացման համար: Մենք

խրախուսում ենք, որ Նոր սերունդը, անձնական աճի, ձեռնարկատիրական մտքի զարգացման և մասնագիտական գիտելիքների շնորհիվ, հայկական SS ոլորտին Նոր որակ բերի և զարգացման Նոր հեռանկարներ գծագրի:

ԲՐԵՆԴԻ ԿԱՐԳԱԽՈՍԱԸ

Ապագայի ավգորիթմ



ԲՐԵՆԴԻ ՊԼԱՏՖՈՐՄ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Տեսլականը

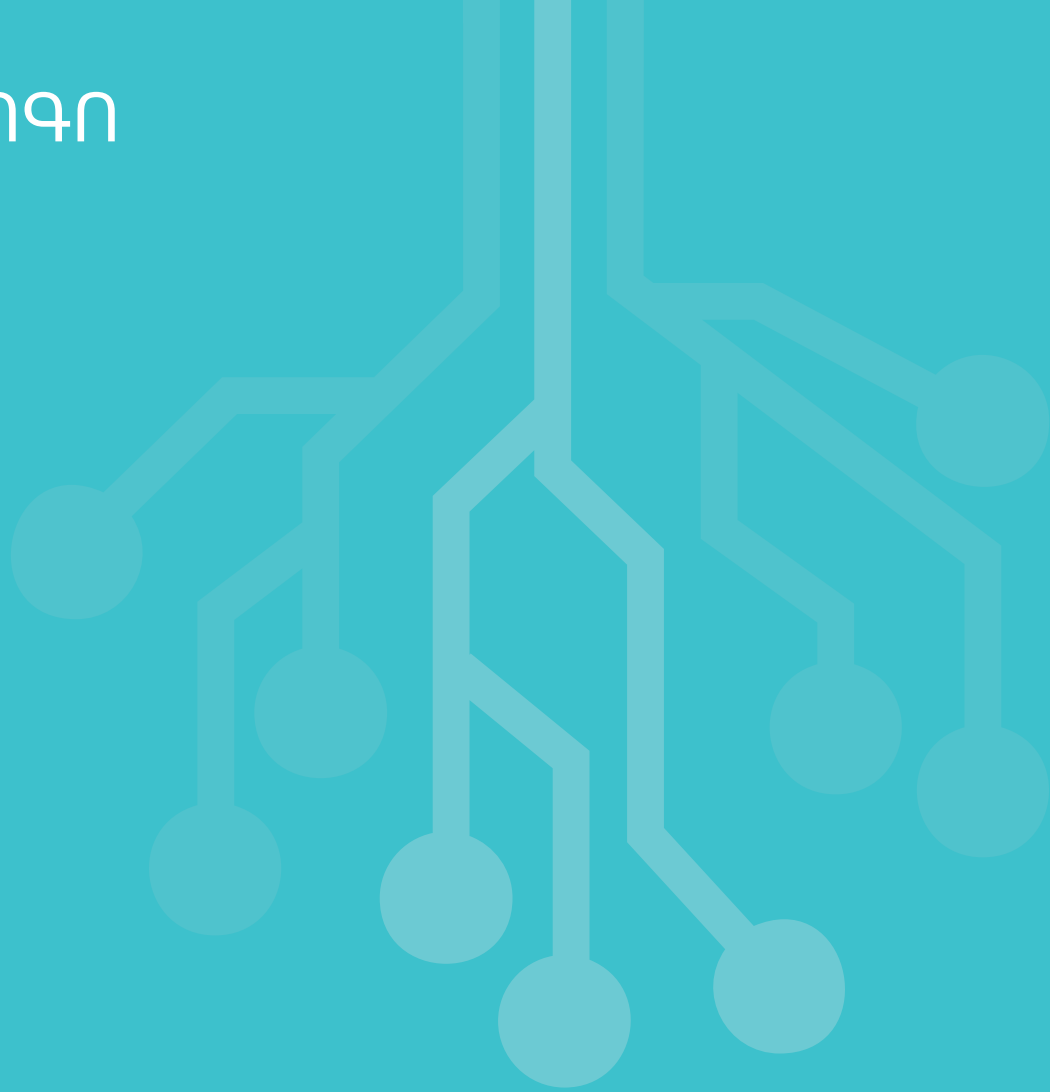
Մեր տեսլականն է «Արմաթ» ինժեներական լաբորատորիաներ հիմնել Հայաստանի բոլոր մարզերում, հնարավորություն ընձեռել երիտասարդների ստեղծարար և ձեռնարկատիրական մտքի զարգացման համար՝ կազմակերպելով մրցույթներ, նրանց ստեղծած գաղափարներն ուղղորդելով և դրանց համար իրացման շուկաներ գտնելով:

Հիմնարար արժեքներ

Հիմնարար արժեքները բխում են բրենդի 3 կոնցեպտուալ բաղկացուցիչներից՝ Հայաստան, տեխնոլոգիա և նոր սերնդի զարգացում՝ խթանելով ձեռնարկատիրական միտքը և առաջնորդելու ձիրքը: Հիմնարար արժեքներն այն գործիքներն են, որոնցով մենք իրագործելու ենք մեր տեսլականը և որոնք ուղղված են մեր առաքելության իրագործմանը:

- Տեխնոլոգիական նորարարություն
- Ձեռնարկատիրական մտքի զարգացում
- Հայրենասիրություն
- Հավատարմություն հայկական արմատներին
- Համայնքների զարգացում
- Անձնական աճ
- Առաջնորդություն

«ԱՐՄԱԹ» ԼՈԳՈ



«ԱՐՄԱԹ» ԼՈԳՈ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱԴՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Ավանտնը

«Արմաթ» անվանումը բաղկացած է «ար» հնդեվրոպական լեզվաընտանիքի հնագույն արմատից և մաթեմատիկայի «մաթ» մասնիկից և խորհրդանշում է հայկական SS ոլորտում հայկական մտքի ու մաթեմատիկական-ասպիտիկ մտածողության կարևորությունը:

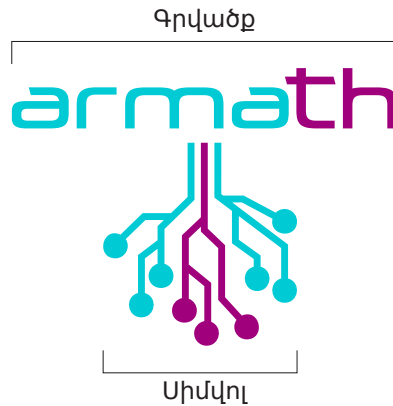
Լոգոտիպը

«Արմաթ»-ի լոգոտիպը խորհրդանշում է «Արմաթ»-ի լոգոտիպը խորհրդանշում է հայկական գիտության տեխնոլոգիական ոլորտի զարգացման հիմքը, տեխնոլոգիական արմատի և հայ պատանի սերնդի գիտելիքների կատարելագործման վրա կառուցված արարող Հայաստանի ապագա պատկերը:
«Արմաթ» լոգոն կազմված է երկու էլեմենտներից՝ «Արմաթ» սիմվոլից և «Արմաթ» գրվածքից (wordmark): «Արմաթ» լոգոն արվեստի եզակի նմուշ է: Սիմվոլի և պատկերային անվանման համաչափությունը և դասավորվածությունը

հատուկ որոշված են: Լոգոյի տառատեսակը չպետք է փոխվի, չպետք է վերստեղծվի կամ փոփոխվի խոսափելու անհամապատասխանությունից և բրենդի ազդեցության թուլացումից: Որոշ դեպքերում, երբ ֆիզիկապես անհնար է ցուցադրել ամբողջական լոգոն՝ տարածության և տեխնիկական սահմանափակումների պատճառով, բացառության կարգով կարելի է օգտագործել «Արմաթ» ապրանքային նշանը և/կամ «Արմաթ»-ի սիմվոլը:

Լոգոյի հաստատումն կիրառումը պահպանելու և լոգոյի ամբողջականությունն ապահովելու համար օգտագործեք միայն թույլատրված էլեկտրոնային ֆայլերը, որոնք առկա են բրենդի մենեջերի մոտ:

Նախընտրելի
լոգոտիպ

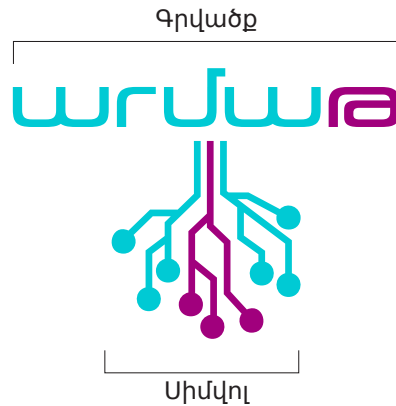


ԼՈԳՈՅԻ ՀԱՅԵՐԵՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿԸ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Սիմվոլի և բառի համաչափությունն ու դասավորվածությունը հստակ որոշված են: Լոգոյի տառատեսակը չպետք է փոխվի, չպետք է վերստեղծվի կամ փոփոխվի՝ խուսափելու անհամապատասխանությունից և բրենդի ազդեցության թուլացումից:

Նախընտրելի
լոգոտիպ

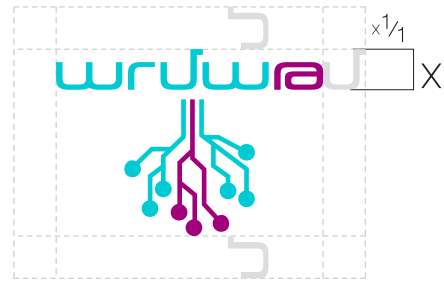
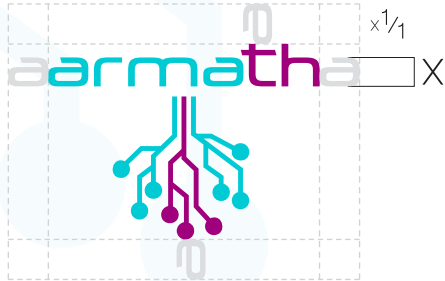


ԴԱՏԱՐԿ ՏԱՐԱԾՔ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

«Արմաթ» լոգոյի ամբողջականությունը պահպանելու համար լոգոյի շուրջն անհրաժեշտ է պահպանել նվազագույն դատարկ տարածք: Այս դատարկ տարածքը տարանջատում է լոգոն շեղող գրաֆիկական տարրերից, ինչպիսիք են այլ լոգոները, նկարները կամ ֆոնային նկարները: «Արմաթ» լոգոյի նվազագույն դատարկ տարածքը և այլընտրանքային հորիզոնական լոգոն որոշվում է պատկերային անվանման “a”

տառի բարձրությամբ: Այլընտրանքային հորիզոնական լոգոյի համար նվազագույն դատարկ տարածքը երկու “a”-ի չափով է: Նվազագույն դատարկ տարածքը պետք է պահպանվի, քանի որ լոգոն կարող է չափերով մեծացվել կամ փոքրացվել:



ԼՈԳՈՅԻ ԳՈՒՆԱՅԻՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿՆԵՐԸ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

«Արմաթ» լոգոն հնարավորության դեպքում պետք է կիրառել գունավոր տարբերակով: Լոգոն վերարտադրելու ժամանակ խորհուրդ է տրվում օգտագործել Color Palette բաժնում տեղակայված հատուկ գունային երանգները (գծային կամ PANTONE®, 4 գունային գամմա, RGB): Լոգոյի գունավոր տարբերակը վերարտադրելու համար սպիտակն ամենաազդեցիկ ֆոնային գույնն է, քանի որ այն լոգոյի գույնի և տարրերի համար ապահովում է մաքուր

և հստակ կոնտրաստի ծավալ: Եթե գունային վերարտադրումը հնարավոր չէ, լոգոն պետք է վերարտադրվի մուգ սևով կամ լինի հակառակը՝ սպիտակով, գունային ֆոնի վրա: Երբ «Արմաթ» լոգոն տեղադրվում է լուսապատկերի վրա, լոգոյի հետևի պատկերը պետք է բավականաչափ լուսավոր լինի՝ կոնտրաստն ապահովելու համար կամ էլ բավականաչափ մուգ՝ լոգոյի հակառակ գույնի համար:

armath



Գծային, 4 գունային կամ RGB լոգո - սպիտակ ֆոնին օգտագործելու համար կամ երբ բավարար կոնտրաստ կա լոգոյի և ֆոնի միջև, լոգոյի վերարտադրման համար:

armath

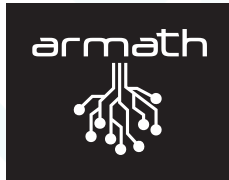


Մոխրագույն և սև լոգո

armath



Սև լոգոն օգտագործել այն ժամանակ, երբ գունային վերարտադրությունը հնարավոր չէ:



Հակադարձ լոգո - օգտագործել, երբ ամբողջովին գունավոր լոգոյի վերարտադրությունը հնարավոր չէ կամ ընդունելի տարբերակ չէ մուգ կամ սև ֆոնի վրա:



ԼՈԳՈՅԻ ՍԽԱԼ ՕԳՏԱԳԱՐԾՈՒՄԸ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

«Արմաթ» լոգոյի անհամապատասխան օգտագործումը վտանգի տակ է դնում լոգոյի ամբողջականությունը և արդյունավետությունը: Ստորև ներկայացված լոգոյի սխալ օգտագործման օրինակներն ամբողջական չեն. դրանք «Արմաթ» լոգոյի սխալ օգտագործման օրինակների միայն մի փոքր մասն են կազմում:

«Արմաթ» լոգոյի ճշգրիտ, հստակ վերարտադրությունն ապահովելու համար երբեք մի փոփոխեք, հավելումներ մի արեք կամ մի փորձեք վերստեղծել այն:

~~armath~~



Չփոխել գրվածքի տառատեսակը

~~armath~~



Լոգոյում նկարներ չօգտագործել

~~HANDHELDS
armath~~



Չմիացնել լոգոն այլ տեքստերի հետ

~~armath~~



Չփոխել լոգոյի գույսը

~~armath~~



Չհանել լոգոյի տարրերը

~~armath~~



Չփոխել լոգոյի տարրերի չափերը

~~armath~~



Չվերադասավորել լոգոյի տարրերը

~~armath~~



Չծգել լոգոն անհամաչափորեն

ԼՈԳՈՅԻ ԴԻՐՔՎՎՈՐՈՒՄԸ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

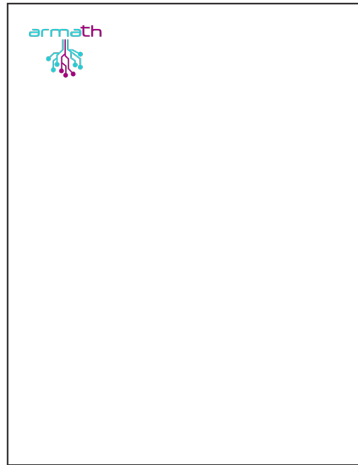
Հնարավորության դեպքում «Արմաթ» լոգոն պետք է լինի ստորին աջ անկյունում՝ ամբողջական գույներով, սպիտակ ֆոնի վրա: Հաղորդակցության նյութերում այս հատվածում «Արմաթ» լոգոյի տեղադրումը կնպաստի բրենդի մասին իրազեկվածության բարձրացմանը: Ներքևի հատվածի և աջ եզրի հեռավորությունը պետք է լինի երկու “a” տառի չափով, ինչպես պատկերված է պատկերում: Եթե լոգոն չի կարող

տեղադրվել ներքևի աջ անկյունում, ապա ընդունելի այլընտրանք է վերևի ձախ անկյունը: Վստահ եղեք, որ պահպանում եք միևնույն դատարկ տարածքը վերին և ձախ եզրերից:

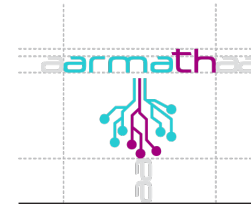
Լոգոյի դիրքի նախընտրելի տարբերակ



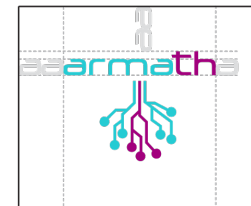
Լոգոյի դիրքի այլընտրանքային տարբերակ



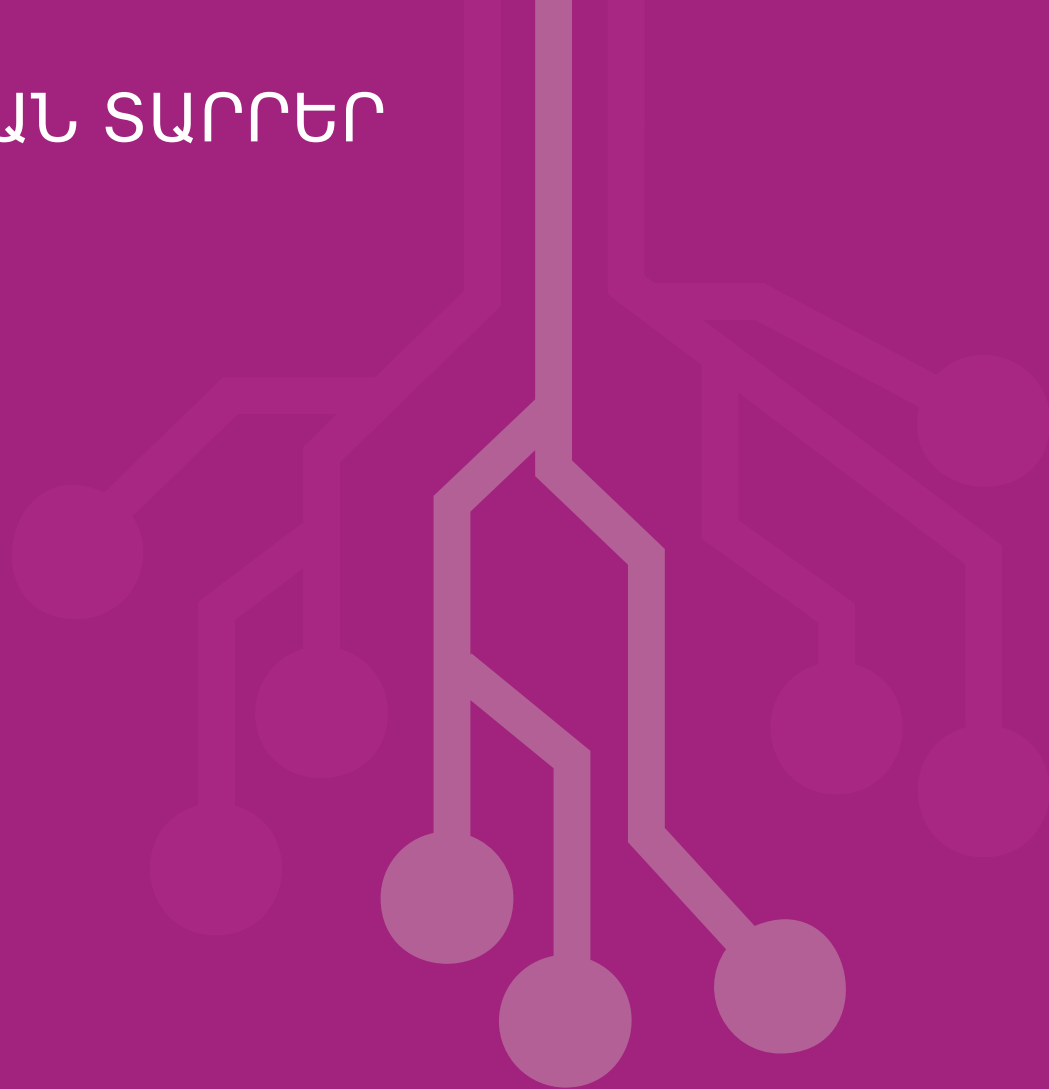
Անկյունների հեռավորության նախընտրելի տարբերակ



Անկյունների հեռավորության այլընտրանքային տարբերակ



ԳՐԱՖԻԿԱԿԱՆ ՏԱՐԻԵՐ



ԳՐԱՖԻԿԱԿԱՆ ՏԱՐՐԵՐ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

«Արմաթ» բրենդի գրաֆիկական ոճը տարրերի ճկուն համակարգ է, որը վիզուալ կերպով ուղղակի ներկայացնում է հիմնական ինֆորմացիան: Այդ ամենը պատկերված է գույների, լուսանկարների, տառատեսակների միջոցով, ծայնային միավորներով և տեղեկատվական հոսքի ձևով: Այդ ձևը կարելի է օգտագործել և բիզնես-մարքեթինգային և վերջնական սպառողի հետ հաղորդակցությունների ժամանակ՝ համապատասխան գույներով և լուսանկարներով: «Արմաթ» բրենդի

գրաֆիկ դիզայնի տարրերը կիրառելիս՝ հատկապես գույների և լուսանկարների դեպքում, անհրաժեշտ է տարբերակել բիզնես-մարքեթինգի և վերջնական սպառողի հետ հաղորդակցության կիրառումները: Բիզնես-մարքեթինգային նյութերը կիրառվում են «Արմաթ»-ի լուծումները բիզնես լսարանին ներկայացնելու համար (օր.՝ բիզնես ոլորտի ներկայացուցիչներին, ղեկավարներին, ՏՏ ոլորտին և ծրագրավորողներին):

Միշտ հիշեք, թե շուկայի որ սեգմենտի հետ եք հաղորդակցվում և օգտագործեք «Արմաթ» բրենդի հիմնական ոճը՝ ամենաարդյունավետ կիրառումն ունենալու համար:

ԳՈՒՆԱՊՆԱԿ - ԲԻԶՆԵՍ ՄԱՐԲԵԹԻՆԳԻ ՆՅՈՒԹԵՐԻ ՀԱՄԱՐ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

Գույնի ընտրությունը

Բիզնես-մարքեթինգային նյութերը կիրառվում են «Արմաթ»-ի լուծումները բիզնես լսարանին ներկայացնելու համար (օր.՝ բիզնես ոլորտի ներկայացուցիչներին, ղեկավարներին, ՏՏ ոլորտին և ծրագրավորողներին): «Արմաթ»-ի հիմնական գույնային գամման կապույտ, մանուշակագույն, սև և մոխրագույն երանգներն են: Սևը նույնպես ներառված է, բայց պետք է օգտագործվի բացառապես պրեմիում

դասի գովազդային նյութերի համար: Այս հարուստ, խորը գույները կիրառելի են «Արմաթ»-ի հաղորդակցությունների ժամանակ խորագրերի, վերնագրերի, հիմնական ուղերձների, ֆոնային և տեղեկատվական հոսքի միավորների համար, երբ նպատակահարմար է: Այս գույները համարժեք են աղյուսակում ներկայացված PANTONE գույնային համակարգին, որի չափանիշները կարող եք գտնել PANTONE Color Formula ուղեցույցի վերջին հրատարակությունում:

Քառագույն տպագրության համար օգտագործվում է ստորև ներկայացված CMYK-ի երանգները: Էկրանի և վեբ ծրագրերի համար (PowerPoint®, վիդեո, հեռարձակում, կայք-էջեր, ինտրանետ, էքստրանետ) կիրառելի են RGB/HEX-ի նշված երանգները:

Հիմնական գույներ

Գույնը	 Կապույտ	 Մանուշակագույն	 Սև	 Մոխրագույն
PANTONE®	319 C	2415 C	Black C	Cool Gray C
CMYK (Print)*	65 0 20 0	40 100 15 0	0 0 0 100	0 0 0 40
RGB	62 194 207	165 36 127	35 31 32	167 169 172
HEX (Web)	3EC1CF	A4237E	231F20	A7A9AB

Այս ձեռնարկում ներկայացված գույները չեն գնահատվել Pantone-ի կողմից, հետևաբար այս գույները կարող են չհամապատասխանել PANTONE-ի գույնային չափանիշներին: PANTONE-ը Pantone Inc.-ի գրանցված ապրանքային նշանն է:

Գույնային փոփոխություններ կարող են լինել, բայց հնարավորինս պետք է համապատասխան լինի «Արմաթ» բրենդի գույնային երանգներին: 4 գույնային տպագրության համար կիրառեց CMYK-ի երանգները: Տպագրական ֆայլերը կարող են ունենալ իրենց գույնային երանգները, սակայն նպատակը պետք է միշտ նույնը լինի՝ համապատասխանեցնել «Արմաթ»-ի գույնային երանգները PANTONE-ի չափանիշներին: Գույնային փոփոխություններ կարող են ի հայտ գալ էկրանների նսև տարբեր չափերի և ծրագրերի կիրառման դեպքում:

*Մենք գիտենք, որ վերը նշված PANTONE-ի գույների համար կան CMYK-ին համարժեք գույնային տարբերակներ: Ամենահամապատասխան գույն ստանալու համար առաջարկում ենք օգտագործել այս գույնային երանգները: Խնդրում ենք միշտ օգտագործել PANTONE չիպը բացարձակ ճշգրտությամբ գույնային համապատասխանեցման համար:

ՏԱՌԱՏԵՍԱԿ

ԲՐԵՆԴԻ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

«Սրմաթ» բրենդի հաստատուն և ամբողջական տեսքն ապահովելու համար բոլոր տպագրական նյութերում պետք է օգտագործվել DejaVu Sans Extralight տառատեսակը:

DejaVu Sans Extralight տառատեսակի հաստ և բարակ սիմվոլները պարզ են, բայց միևնույն ժամանակ՝ տարբերակիչ, և համալրում են «Սրմաթ» բրենդի հստակ և առանց ավելորդությունների եռությունը:

DejaVu Sans ExtraLight տառատեսակի նախընտրելի չափերն են Condensed և

Condensed Oblique-ը:

Sans Book և Bold Oblique-ը կարող է օգտագործվել տեքստերի համար, մինչդեռ ExtraLight-ը ավելի հարմար է վերագրերի կամ մակագրությունների համար:

Word փաստաթղթերի կամ PowerPoint պրեզենտացիաների համար կարելի է օգտագործել Arial տառատեսակը, եթե DejaVu Sans տառատեսակը բացակայում է: Anvers տառատեսակը նույնպես ընդունելի այլընտրանք է:

Նախընտրելի տառատեսակներ

DejaVu Sans ExtraLight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!

DejaVu Sans Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!

DejaVu Sans Condensed Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!

Լրացուցիչ տառատեսակներ

DejaVu Sans Book

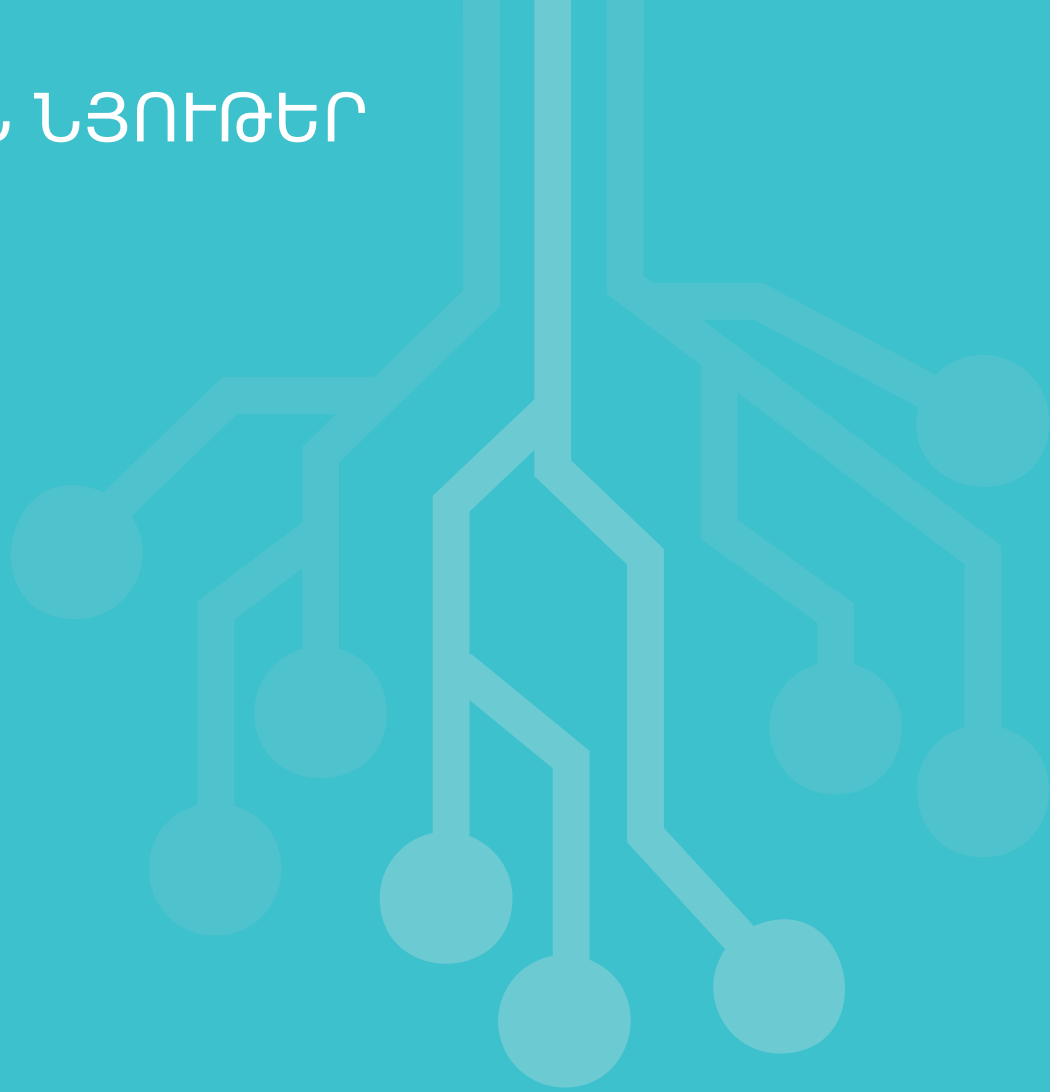
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!

DejaVu Sans Bold Oblique

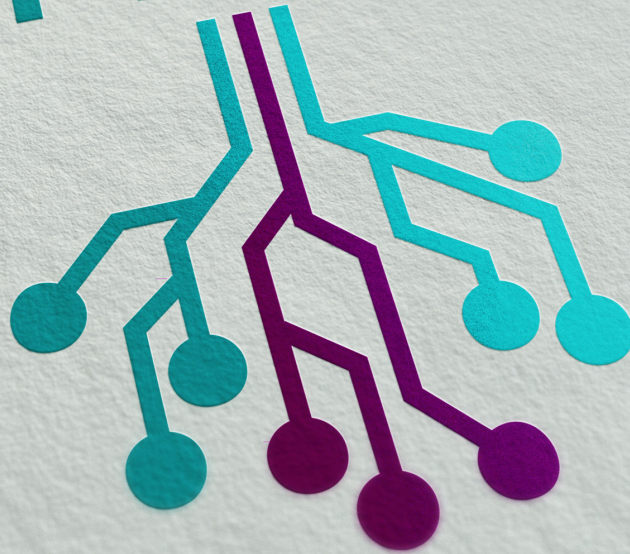
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!

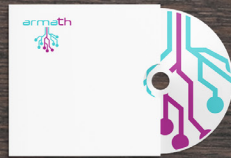
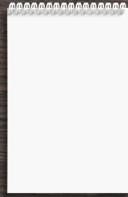
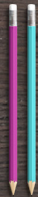
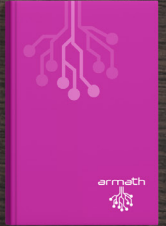
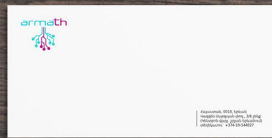
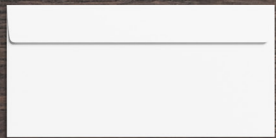
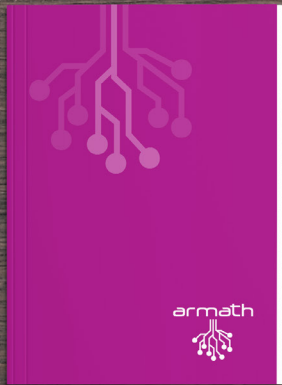
Sans Book, Sans Bold Oblique ձևաչափերը պետք է օգտագործվեն անհրաժեշտության դեպքում: Դրանք ընդունելի են գովազդների, պատասանների, ցուցանակների վերևագրերի համար կամ անուարային ցուցահանդեսների ժամանակ: Չի կարելի օգտագործել կողմնակի նյութերի դեպքում:

ԲՐԵՆԴԱՅԻՆ ՆՅՈՒԹԵՐ

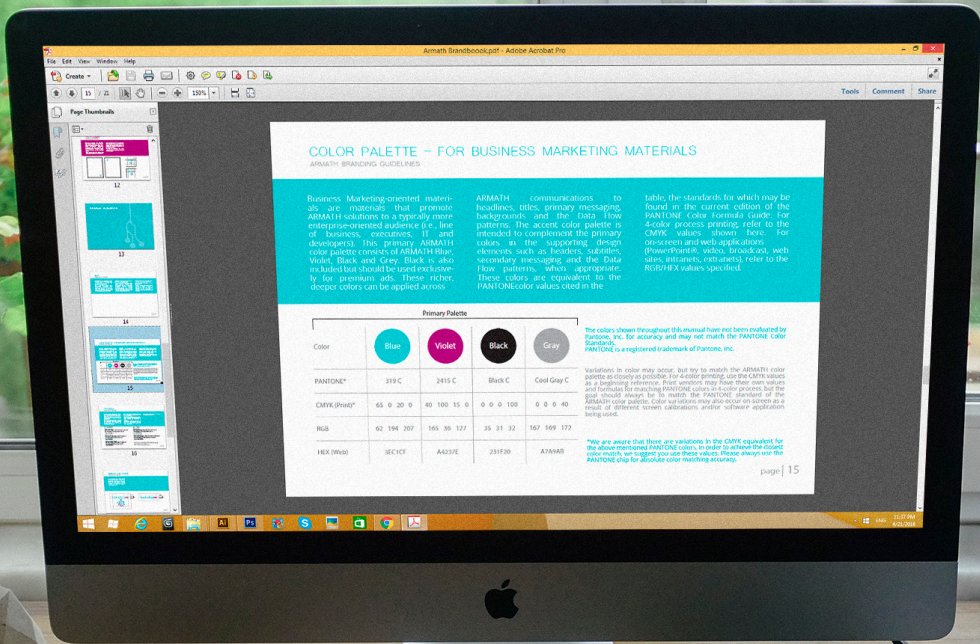


armath









COLOR PALETTE - FOR BUSINESS MARKETING MATERIALS

ARMAH1 BRANDBOOK GUIDELINES

Business Marketing-oriented materials are materials that promote ARMAH1 solutions to a typically more environment-oriented audience (i.e., line of business, executives, IT and developers). This primary ARMAH1 color palette consists of ARMAH1 Blue, Black and Gray. Black is also included but should be used exclusively for premium ads. There are deeper colors that can be applied across.

ARMAH1 communications to headlines, titles, primary messaging, backgrounds and the Data Flow patterns. The accent color palette is intended to complement the primary colors as the supporting design elements, such as headers, sub-headers, secondary messaging and the Data Flow patterns, when appropriate. These colors are equivalent to the PANTONE color values cited in the

table, the standards for which may be found in the current edition of the PANTONE Color Formulas Guide for 4-color process printing refer to the CMYK values shown here. For processes and web applications (PowerPrint, etc.), breakdown web color, anytime, with exact) refer to the RGB/HEX values specified.

Primary Palette

Color	Blue	Violet	Black	Gray
PANTONE*	319 C	2415 C	Black C	Cool Gray C
CMYK (D50#)	65 0 20 0	40 100 15 0	0 0 0 100	0 0 0 40
RGB	62 194 207	165 35 127	35 31 32	167 169 173
HEX (Web)	3E7EEF	A4233E	231F30	A7A6A8

The colors shown throughout this manual have not been validated by Pantone, Inc. for accuracy and may not match the PANTONE Color Formulas Guide. PANTONE is a registered trademark of Pantone, Inc.

Variances in color may occur, but try to match the ARMAH1 color palette as closely as possible. An accurate printing job that differs from the original reference. Even if you use the same color values and formulas for these four PANTONE colors in color process, but the goal should always be to match the PANTONE standard of the ARMAH1 color palette. Color variances may also occur as a result of different screen calibrations and/or software application being used.

*Note: All colors that differ are pantones in the CMYK columns for they are more used PANTONE colors, in order to which the color values shown in the original color values. Please always use the PANTONE chip for absolute color matching accuracy.



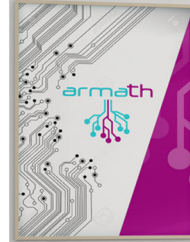
JUST
BE
NICE

JUST
BE
NICE



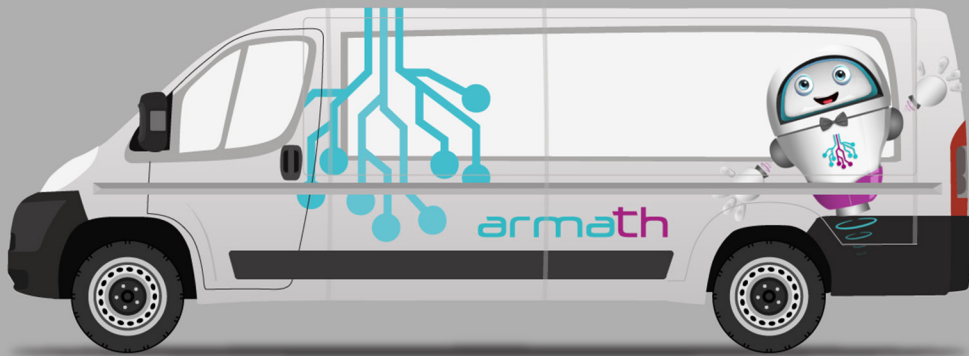
armath

NEW
APPLICATION
FROM
armath



NEW
APPLICATION
FROM
armath





ՇՆՈՐՀԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ

ՍՏԵՂԾԿԵԼ Է ArPR HOLDING-Ի ԿՈՂՄԻՑ

 +374(41) 13 63 13

 info@arprholding.com

 www.arprholding.com