

Приложение

Утвержден приказом  
от 25 сентября 2023 г. № 2257-0

**РЕГЛАМЕНТ**  
**предоставления услуг**  
**Дизайн-бюро Высшей школы креативных индустрий**  
**федерального государственного автономного**  
**образовательного учреждения высшего**  
**образования «Северо-Кавказский федеральный университет»**

Ставрополь, 2023 г.

## **1. Общие положения**

1.1. Настоящий Регламент определяет порядок взаимодействия структурных подразделений федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» (далее – Университет) при заказе услуг и полиграфической продукции в Дизайн-бюро Высшей школы креативных индустрий (далее – Дизайн-бюро) структурными подразделениями и внешними коммерческими заказчиками.

1.2. Регламент взаимодействия структурных подразделений Университета и Дизайн-бюро разработан в целях повышения эффективности и результативности осуществления основных направлений деятельности Дизайн-бюро в своевременном удовлетворении потребностей Университета в издательско-полиграфических услугах и увеличении объемов коммерческих заказов.

1.3. Основные направления деятельности Дизайн-бюро, различающиеся порядком приема и исполнения заказов, источником финансирования, требованиями к предоставляемым материалам:

- обеспечение подразделений Университета издательско-полиграфической продукцией (далее – Внутренние заказы);
- обеспечение административной работы Университета бланочной и прочей печатной продукцией (далее – Административные нужды);
- издание учебной, учебно-методической и научной литературы согласно плану издания Университета (далее – План издания);
- предоставление издательско-полиграфических услуг сторонним заказчикам на возмездной основе (далее – Коммерческие заказы).

## **2. Порядок приема и исполнения заказов.**

2.1. Внутренние заказы:

2.1.1. Планирование внутренних заказов производится на год, следующий за текущим. Заинтересованное структурное подразделение Университета в лице руководителя подразделения (директора института, филиала), далее – Подразделение-заказчик, в срок до 15 октября года, предшествующего планируемому, предоставляет в Дизайн-бюро для предварительного расчета годовой план обеспечения собственной деятельности рекламно-полиграфической продукцией.

2.1.2. Подразделение-заказчик, инициирует заказ служебной запиской в системе электронного документооборота направленной на имя руководителя Дизайн-бюро либо лица, его замещающего, в системе «1С: Документооборот» не позднее сроков, утвержденных Приложением 12.

(Образец служебной записки на имя руководителя Дизайн-бюро – Приложение 1).

2.1.3. В служебной записке обязательно должны содержаться:

- перечень необходимой продукции, ее характеристики и тираж по каждой позиции;

- дата отгрузки;

- ФИО, номер телефона, адрес электронной почты контактного лица;

- ФИО материально-ответственного лица.

А также к служебной записке рекомендуется заполнение брифа (Приложение 13).

2.1.4. Отгрузка готовой продукции осуществляется материально ответственному лицу, отраженному в служебной записке. Документы, подтверждающие факт отгрузки (Приложение 2, 3), которые распечатываются в единственном экземпляре для сдачи в бухгалтерию.

2.1.5. Перечень необходимых приложений:

- при заказе на изготовление полиграфической продукции для мероприятий, проведение которых определяется приказами СКФУ, с обязательным приложением копии утвержденного приказа на проведение мероприятия с утвержденной сметой, в которой определены источники финансирования;

- при заказе на изготовление полиграфической продукции в рамках различных договоров, контрактов с обязательным приложением утвержденных смет, в которых предусмотрены расходы на изготовление продукции.

2.1.6. В случае изменения номенклатуры требуемой для проведения мероприятия продукции, отмены мероприятия и проведения вместо него другого, ранее незапланированного, а также в случае снижения/увеличения тиражей продукции подразделение-заказчик сообщает об изменениях посредством служебной записки на имя директора Дизайн-бюро в системе «1С: Документооборот». В случае снижения/увеличения тиражей продукции работники Дизайн-бюро направляют в адрес подразделения-заказчика уточненную смету.

## 2.2. План издания

2.2.1. Основанием для издания учебной, учебно-методической и научной литературы является План издания, утвержденный заместителем проректора по образовательной деятельности в пределах суммы, определенной планово-финансовым управлением, в срок до 15 октября года, предшествующего планируемому. Заявленные в Плане издания тиражи

должны учитывать необходимость печати обязательных образцов для передачи в книжную палату. В особых случаях возможна инициация данного вида заказов в рамках средств, выделенных на выпуск продукции согласно плану изданий служебной запиской в системе электронного документооборота от заинтересованного Подразделения-заказчика, направленной на имя директора Дизайн-бюро с просьбой об открытии заказа, с указанием перечня необходимой продукции, материально-ответственного и контактного лица.

2.2.2. Обязанность своевременного обеспечения производственного отдела оригинал-макетами печатной продукции (файлы сверстанной публикации) возлагается на Издательство (Далее – Издательство).

2.2.3. Очередность печати определяется поступлением в Дизайн-бюро публикаций со стороны Издательства, с учетом приоритета издания научных журналов.

2.2.4. Готовая продукция отгружается согласно распределения тиража в наряд заказе (Приложение 2): автору по накладной (Приложение 3), в научную библиотеку по накладной о передаче (Приложение 4). Документы, подтверждающие факт отгрузки, распечатываются в единственном экземпляре для сдачи в бухгалтерию. По требованию заказчика, может быть распечатан второй экземпляр.

2.2.5. Обязанности рассылки обязательных образцов в книжную палату возлагается на Издательство, либо на автора, в случае письменной договоренности с последним.

2.2.6. Расходы на приобретение ISBN ложатся на Издательство.

### 2.3. Коммерческие заказы

2.3.1. Работа над коммерческими заказами инициируется посещением заказчиком специалиста по приему заказов Дизайн-бюро либо обращением по электронной почте [info.pap@ncfu.ru](mailto:info.pap@ncfu.ru) и содержит следующие этапы:

- составление и согласование с заказчиком технического задания;
- составление и согласование с заказчиком калькуляции стоимости заказа, стоимость рассчитывается исходя из действующего прайса технологических операций (категория – Тарифы на услуги и продукцию, изготавливаемую Дизайн-бюро СКФУ, прайс – Приложение 5) и затрат на приобретение материалов;
- заключение договора;
- оплата заказа наличными в кассу СКФУ либо в безналичной форме на счет Университета;
- передача информационных материалов, необходимых для работы с

заказом, в электронном виде либо на бумажных носителях (требования к файлам публикации - Приложение 6);

- утверждение Заказчиком макетов публикации, если полученные материалы не позволяют произвести тиражирование без доработки публикации, либо при наличии в технологической цепочке операций верстки и разработки дизайна;

- изготовление;

- отгрузка заказа при условии 100% оплаты (окончательного расчета) с оформлением обязательного комплекта документов.

2.3.2. При реализации готовой продукции отчетными документами являются договор и товарная накладная. При реализации услуги вместо товарной накладной выдается акт оказанных услуг. Договор составляется в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

2.3.3. Документами, подтверждающими факт внесения денежных средств в кассу учреждения, являются: фискальный чек и приходно-кассовый ордер.

### **3. Финансовое обеспечение заявок**

3.1. Финансирование типа заказов «внутренний заказ» производится согласно годового плана, сформированного Дизайн-бюро на основании плана обеспечения рекламно-полиграфической продукцией ЦФО Дизайн-бюро.

3.2. Расчет изготовления полиграфической продукции производится исполнителем исходя из действующего прайса технологических операций (категория – Цены для СКФУ) и затрат на приобретение материалов. Список требуемых материалов для формирования заявки на закупку материалов определяется исполнителем и утверждается руководителем Дизайн-бюро либо лицом, его замещающим.

3.3. Финансирование типа заказов «плана издания» планируется подразделениями-заказчиками и согласно утвержденному плану изданий ЦФО Дизайн-бюро.

3.4. Финансирование типа заказов «административные нужды» производится согласно годового плана, сформированного Дизайн-бюро на основании плана обеспечения рекламно-полиграфической продукцией ЦФО Дизайн-бюро.

3.5. Расчет изготовления полиграфической продукции производится исполнителем исходя из действующего прайса технологических операций (категория – Цены для СКФУ) и затрат на приобретение материалов. Список требуемых материалов для формирования заявки на закупку материалов

определяется исполнителем и утверждается руководителем Дизайн-бюро либо лицом, его замещающим.

3.6. Для обеспечения материалами типа заказов «коммерческий заказ» организуется складской лимит. Источником средств для обеспечения складского лимита является ЦФО Дизайн-бюро.

#### **4. Материальное обеспечение заявок**

4.1. Порядок приобретения материалов для Дизайн-бюро СКФУ регламентируется Регламентом планирования и организации закупок ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» при осуществлении закупок товаров, работ, услуг.

4.2. При этом возможно осуществление поставки материалов, приобретаемых как за наличный, так и за безналичный расчет. Приобретение материалов за наличный расчет возможно материально-ответственным лицом Дизайн-бюро.

4.3. Вне зависимости от типа выполняемого заказа, в качестве подразделения, иницирующего закупку материалов, выступает Дизайн-бюро. Инициатор закупки самостоятельно осуществляет и контролирует подписание заявки на приобретение материалов.

4.4. Поставка материалов осуществляется на склад Дизайн-бюро лицом, осуществляющим приобретение материалов, либо контрагентом, осуществляющим поставку материалов на основании заключенного договора поставки. Поставка осуществляется на основании предоставленных первичных отчетных документов (товарная накладная, счет-фактура, товарно-транспортная накладная, транспортная накладная, универсальный передаточный документ, товарный чек, кассовый чек) и копии договора и заявки (при наличии), в зависимости от формы оплаты товаров, способа доставки и особенностей налогообложения контрагента.

4.5. Приемку товаров осуществляет материально-ответственное лицо Дизайн-бюро в соответствии с Регламентом планирования и организации закупок ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет». После осуществления приемки поставленного товара и подписания приемочных документов, документы в течение 1 рабочего дня передаются в Управление бухгалтерского учета. Постановка материалов на баланс университета производится Управлением бухгалтерского учета на основании оригинала товарной накладной (универсального передаточного документа, кассового чека, товарного чека), оригинала счета, договора, заявки на приобретение товаров (работ, услуг), вне зависимости от формы (наличной, безналичной) и факта оплаты.

## **5. Внутренний регламент прохождения заказов в Дизайн-бюро и сдача отчетности**

5.1. Менеджер Дизайн-бюро оформляет наряд заказ (Приложение 2) для видов заказа «Рекламно-бланочная продукция» (тип заказа – «Внутренние заказы») и «Услуги» (тип заказа – «Административные нужды») на основании служебной записки.

5.2. Менеджер Дизайн-бюро оформляет вид заказа «Учебно-методическое пособие» (тип заказа «План издания») на основании плана издания.

5.3. Менеджер Дизайн-бюро оформляет вид заказа «Коммерческий заказ» на основании заключенного договора оказания полиграфических услуг.

5.4. Менеджер Дизайн-бюро передает наряд заказ в Производственный отдел. Производственный отдел проверяет правильность оформления заказа:

- для «Рекламно-бланочной продукции» наличие в наряде наименование продукции, мероприятие или номер служебной записки, Заказчик, МОЛ, дата отгрузки, цена, тираж, наличие необходимых материалов.

- для «УМП» наличие в наряде наименования, дата отгрузки, цена, тираж, наличие необходимых материалов, распределения тиража между книжной палатой, библиотекой и автором.

- для «Коммерческих» наименование заказа, дата отгрузки, заказчик, цена, тираж, наличие необходимых материалов.

5.5. Наряд-заказ распечатывается в единственном экземпляре для осуществления рабочего процесса и последующей сдачи в бухгалтерию. При несоблюдении одного из вышеупомянутых пунктов, Производственный отдел возвращает наряд заказ специалисту Дизайн-бюро, оформившему его.

5.6. По завершению выполнения наряд заказа, Производственный отдел передает готовую продукцию менеджеру Дизайн-бюро.

5.7. Менеджер Дизайн-бюро оповещает заказчика о необходимости получения продукции. Заказ отгружается со склада Дизайн-бюро материально ответственному лицу в полном объеме, указанном в наряд заказе.

5.8. Последнее число каждого месяца, Управление бухгалтерского учета формирует оборотную ведомость по всем материалам и готовой продукции и передает в Дизайн-бюро для сдачи материального отчета.

5.9. Начальник производственного отдела согласно изготовленной продукции за месяц, формирует материальный отчет, не позднее каждого 5 числа месяца (Приложение 7) и передает в бухгалтерию для проверки.

Основанием для списания наряда (материалов) с Дизайн-бюро, является правильно оформленный наряд заказ (Тип заказа, наименование продукции, мероприятие или номер служебной записки, тираж, цена, заказчик, МОЛ)

5.10. Менеджер, согласно отгруженной продукции, формирует отчеты по типам продукции (Приложение 8-11). Основанием для списания готовой продукции (Услуги, УМП, Рекламно-бланочная продукция) является правильно заполненные документы и подписанные соответствующими лицами (Приложение 2, 3). Основанием списания коммерческого заказа, являются правильно заполненные утвержденные документы согласно договора, и подписанные заказчиком.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (СКФУ)

## ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ-ЗАКАЗЧИК

### Служебная записка

от 00.00.2023 г.

№ 000/00.00

Директору Дизайн-бюро  
С.В. Масаловой

Начальника управления  
И.И. Иванова

Уважаемая Светлана Владимировна!

В связи с проведением с "\_\_\_" по "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 2023 года мероприятия \_\_\_\_\_, прошу Вас просчитать расходы и изготовить рекламно-полиграфическую продукцию в Дизайн-бюро, по следующим позициям:

#### **Изготовление рекламно-полиграфической продукции:**

*(с указанием формата, тиража, цветности, количества страниц и т.д.)*

1. Наклейка на папку – 250 шт. (печать цветная, размер 100x80 мм)
2. Баннер – пресс-волл – 1 шт.
3. Баннер 1\*2 м – 2 шт.
4. Блокнот А5 – 250 шт. *(обложка – печать цветная односторонняя, блок–печать черно-белая односторонняя, 40 листов в блоке)*
5. Кружки с нанесением – 40 шт.
6. Подарочные пакеты А3 – 40 шт.

Срок получения продукции не позднее "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 2023 года.

МОЛ: Петров П.П.

Начальник управления

Иванов И.И.

Исполнитель:  
Петров Петр Петрович  
8-962-000-00-00, e-mail: ncfu@ncfu.ru

МОЛ: Васильев Василий Васильевич

«АктПервый 2.0»

Лена

Реклама

Технологическая карта к наряду № 14166

<b>Заказчик:</b>	Центр оценки компетенций обучающихся
<b>МОЛ:</b>	Редькина Екатерина Александровна

<b>Наименование:</b>	Дипломы		
<b>Дата</b>	<b>Дата отгрузки</b>	<b>Тираж готовых изделий</b>	<b>Формат готового изделия</b>
23.11.2022	25.11.2022	5	A4
330			

<b>Файл обложка:</b>	Z:\For print\2022\23.11\Redkina_Diplom_A4.pdf
<b>Кол-во на листе:</b>	2

<b>Файл блок:</b>			
<b>Кол-во на листе:</b>	1	<b>Кол-во полос:</b>	1

Заготовка обложки	Да	3	450x310
Заготовка блока	Нет	0	
Печать обложки	Да	3	4+0
Печать блока	Нет		
КБС	Нет		
Скрепка	Нет		
Пружина	Нет		
Резка	Да	5	A4
Упаковка	Да	5	
Ламинация	Нет		
Тампопечать	Нет		
Плоттер	Нет		
Реж. плоттер	Нет		
Термоперенос	Нет		
Тиснение	Нет		
Фальцовка	Нет		
Переплет	Нет		
Монтаж	Нет		
Прочее	Нет		

Книжная палата \_\_\_\_\_ 0

Библиотека \_\_\_\_\_ 0

Автор \_\_\_\_\_ 0

Готовую продукцию со склада забрал: Редькина Екатерина Александровна

Материалы для наряда

Наименование материала	Арт-кл	Кол-во	Ед. изм.
Бумага офсетная Maestro Print 190 г. 620x940 мм.	П00000043066	1	л.
	2.105.36		

Требование - накладная № 14156

Организация: Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
<<Северо-Кавказский федеральный университет>>

Дата составления	Отправитель (структурное подразделение)	Получатель (структурное подразделение)
24.11.2022	Издательско-полиграфический комплекс СКФУ	Отдел культурно-эстетического воспитания

№	Наименование продукции	Ед. изм.	Кол-во	Цена без НДС	Сумма
1	Афиша А3	шт.	10	36	360

Отпустил: зав.складом  
должность

\_\_\_\_\_  
подпись

Е.Г. Письменная  
расшифровка подписи

Получил: \_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
подпись

Ливенская Е.В.  
расшифровка подписи

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор

Дизайн-бюро Высшей школы креативных индустрий

С.В. Масалова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023

**НАКЛАДНАЯ О ПЕРЕДАЧЕ № \_\_\_\_\_  
готовой продукции Дизайн-бюро за \_\_\_\_\_ 2023 г.  
В научную библиотеку СКФУ**

№ п/ п	Наименование продукции	Заказчик (Ф.И.О. автора)	Материально ответственное лицо (Ф. И. О.)	Приход			Расход
				Общий тираж	Стоимость в руб., без НДС	Стоимость в руб., за ед. без НДС	Библиотека

Отпустил продукцию товарно-материальные ценности в библиотеку \_\_\_учебная литература в количестве \_\_\_\_\_ экземпляров,

на сумму \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_\_ коп. (\_\_\_\_\_) рублей \_\_\_\_\_ копеек.

Материально ответственное лицо начальник отдела \_\_\_\_\_ Письменная Е.Г.

должность

подпись

расшифровка

должность

подпись

расшифровка

Получил \_\_\_\_\_ Акалупина Л. М. \_

должность

подпись

расшифровка

Утверждены приказом  
от 03 ноября 2022 г. № 2651-0

**ТАРИФЫ**  
на услуги и продукцию, изготавливаемую Дизайн-бюро СКФУ

№ п/п	Вид услуги	Единица измерения	Тип заказа (внутренний/коммерческий)	Сложность и ед. работы (1 - по готовым материалам Заказчика, 2 - создание макета "с нуля")	Тариф, руб. (для коммерческих заказов - с НДС 20%), руб.
<b>1. Подготовительные операции</b>					
1.1.	Открытие наряда (менеджер)	1 наряд	внутренний	x	110
			коммерческий		200
<b>2. Разработка графических и WEB-макетов</b>					
<u>Элементы фирменного стиля</u>					
2.1.	Логотип	1 услуга	внутренний	1	1 200
			коммерческий	1	3 000
		1 услуга	внутренний	2	6 000
			Коммерческий	2	15 000

2.2.	Визитная (дисконтная, накопительная) карточка	1 у с л у г а	внутренний	1	400
			коммерческий	1	1 000
		1 у с л у г а	внутренний	2	2 400
			коммерческий	2	6 000
2.3.	Нанесение изображения на сувенирную продукцию (ручка, брелок, зажигалка, бейсболка, бандана и т.п.)	1 у с л у г а	внутренний	1	200
			коммерческий	1	500
		1 у с л у г а	внутренний	2	600
			коммерческий	2	1 500
2.4.	Создание фирменного стиля: логотип, визитка, бланк, шаблон презентации, подбор фирменных прифтов и цветов, разработка brandlist	1 у с л у г а	внутренний	1	10 000
			коммерческий	1	25 000
		1 у с л у г а	внутренний	2	24 000
			коммерческий	2	60 000
2.5.	Фирменный персонаж (отрисовка)	1 у с л у г а	внутренний	1	2 400
			коммерческий	1	6 000
		1 у с	внутренний	2	10 000
			коммерческий	2	25 000

		л у га			
2.6.	Концепция оформления мест продаж	1 у с л у га	внутренний	1	10 000
			коммерческий	1	25 000
		1 у с л у га	внутренний	2	32 000
			коммерческий	2	80 000
2.7.	Презентация в pdf (10 страниц)	1 у с л у га	внутренний	1	4 000
			коммерческий	1	10 000
		1 у с л у га	внутренний	2	12 000
			коммерческий	2	30 000
2.8.	Блокнот, папка, пакет, конверт	1 у с л у га	внутренний	1	40
			коммерческий	1	100
		1 у с л у га	внутренний	2	2 800
			коммерческий	2	7 000
2.9.	Приглашение, открытка	1 у с л у	внутренний	1	600
			коммерческий	1	1 500

		га			
		1 у с л у га	внутренний	2	2 000
			коммерческий	2	5 000
2.10.	Упаковка	1 у с л у га	внутренний	1	1 200
			коммерческий	1	3 000
		1 у с л у га	внутренний	2	10 000
			коммерческий	2	25 000
2.11.	Этикетка	1 у с л у га	внутренний	1	400
			коммерческий	1	1 000
		1 у с л у га	внутренний	2	2 800
			коммерческий	2	7 000
<i>Работы по сайту</i>					
2.12.	Дизайн сайта (только дизайн-макет, 4 типовых стр.)	1 у с л у га	внутренний	1	4 000
			коммерческий	1	10 000
		1 у с л у га	внутренний	2	20 000
			коммерческий	2	50 000

2.13.	Верстка и разворачивание сайта на домене по согласованному дизайну. Создание сайта.	1 у с л у г а	внутренний	1	10 000
			коммерческий	1	25 000
		1 у с л у г а	внутренний	2	40 000
			коммерческий	2	100 000
2.14.	Наполнение страниц с готовыми текстами и изображениями (за страницу)	1 у с л у г а	внутренний	1	200
			коммерческий	1	500
		1 у с л у г а	внутренний	2	600
			коммерческий	2	1 500
2.15.	Наполнение страниц каталога по готовой таблице (за страницу)	1 у с л у г а	внутренний	1	20
			коммерческий	1	50
		1 у с л у г а	внутренний	2	120
			коммерческий	2	300
2.16.	Наполнение страниц с написанием текстов, поиском и обработкой изображений (за страницу)	1 у с л у г а	внутренний	1	400
			коммерческий	1	1 000
		1 у с	внутренний	2	1 200
			коммерческий	2	3 000

		л у га			
2.17.	Базовая оптимизация / заполнение теговых полей (за страницу)	1 у с л у га	внутренний	1	100
			коммерческий	1	250
		1 у с л у га	внутренний	2	400
			коммерческий	2	1 000
<i>Рекламные материалы</i>					
2.18.	Листовка (А4, А5) 4+0	1 у с л у га	внутренний	1	400
			коммерческий	1	1 000
		1 у с л у га	внутренний	2	1 400
			коммерческий	2	3 500
2.19.	Листовка (А4, А5) 4+4	1 у с л у га	внутренний	1	600
			коммерческий	1	1 500
		1 у с л у га	внутренний	2	2 000
			коммерческий	2	5 000
2.20.	Евро Буклет А4, 2 сложения	1 у с л у	внутренний	1	1 200
			коммерческий	1	3 000

		га			
		1 у с л у га	внутренний	2	2 800
			коммерческий	2	7 000
2.21.	Буклет (1 сложение, 4 поло- сы), А4, А5 в готовом виде	1 у с л у га	внутренний	1	1 400
			коммерческий	1	3 500
		1 у с л у га	внутренний	2	2 800
			коммерческий	2	7 000
2.22.	Рекламный модуль в прессу	1 у с л у га	внутренний	1	400
			коммерческий	1	1 000
		1 у с л у га	внутренний	2	1 200
			коммерческий	2	3 000
2.23.	Баннер для Интернет- рекламы (соц.сетей) без ани- мации	1 у с л у га	внутренний	1	240
			коммерческий	1	600
		1 у с л у га	внутренний	2	880
			коммерческий	2	2 200

2.24.	Плакат (постер, афиша) А3, А2, А1		1 у с л у г а	внутренний	1	1 000
				коммерческий	1	2 500
			1 у с л у г а	внутренний	2	4 000
				коммерческий	2	10 000
2.25.	Билл-борд		1 у с л у г а	внутренний	1	1 200
				коммерческий	1	3 000
			1 у с л у г а	внутренний	2	2 800
				коммерческий	2	7 000
2.26.	Календарь (квартальный)		1 у с л у г а	внутренний	1	1 200
				коммерческий	1	3 000
			1 у с л у г а	внутренний	2	2 800
				коммерческий	2	7 000
<i>Брошюра, каталог, журнал</i>						
2.27.	Визуальная концепция обложки и разворота		1 у с л у г а	внутренний	1	2 800
				коммерческий	1	7 000
			1 у с л у г а	внутренний	2	6 000
				коммерческий	2	15 000
2.28.	Дизайн и верстка полосы А4 в рамках	1-2 картин-ки на разво-рот, от 10	1 у с	внутренний	1	200
				коммерческий	1	500

	утвержденного дизайн-макета и наличия тек- стов	стр.	л у га			
2.29.		3-5 карти- пок и схе- ма/небольш ая таблица		внутренний	1	340
		2.30.		сложная верстка с большим размером таблиц, по- иском и об- работкой картинок	коммерческий внутренний	1
	коммерческий		2		600	
				коммерческий	2	1 500
<i>Анимационные изображения</i>						
2.31.	Баннер		1 у с л у га	внутренний	1	2 000
				коммерческий	1	5 000
				внутренний	2	6 000
				коммерческий	2	15 000
2.32.	Переверстка под размер	сопостави- мые про- порции	1 у с	внутренний	1	1 200
2.33.		несопоста- вимые про- порции		л у га	внутренний	1
			коммерческий		1	5 000
2.34.	Открытка		1 у с л у га	внутренний	1	3 200
				коммерческий	1	8 000
				внутренний	2	10 000
				коммерческий	2	25 000
<i>Дополнительные работы</i>						
2.35.	Создание индивидуально иллюстрации/фотоколлажа		1 у с л у га	внутренний	1	400
				коммерческий	1	1 000
				внутренний	2	2 800
				коммерческий	2	7 000
2.36.	Обработка/обтравка фотографий/иллюстраций (за шт)		1 у с л у га	внутренний	1	60
				коммерческий	1	150
2.37.	Подбор/поиск иллюстраций/фотографий (за шт)		1 у с л у	внутренний	1	60
				коммерческий	1	150

		га				
2.38.	Набор текста (за 1000 зн)	1 у с л у га	внутренний	1	60	
			коммерческий	1	150	
2.39	Создание индивидуального дизайн-макета	Ч е л. /ч а с.	внутренний	1	600	
			коммерческий	1	1100	
<b>3. Печатные операции</b>						
3.1.	Цветная печать на Color 1000	Ш т.	внутренний	приладка	100	
			коммерческий		180	
		Ш т.	внутренний	приладка 1 сторона А3	10,50	
			коммерческий		19	
3.2.	Монохромная печать на Nuvera 288	Ш т.	внутренний	приладка	100	
			коммерческий		180	
		Ш т.	внутренний	приладка 1 сторона А4	1,50	
			коммерческий		2,70	
3.3.	Печать на широкоформатном сольвентном плоттере Mimaki JV33-160 с материалом	Ш т.	внутренний	приладка	100	
			коммерческий		180	
		1 к в. м е т р	внутренний	1 кв. метр	277	
			коммерческий		500	
3.4.	Малотиражная печать на ризографе Rizo 370E без стоимости бумаги	Ш т.	внутренний	приладка	40	
			коммерческий		72	
		Ш т.	внутренний	1 сторона А3	0,21	
			коммерческий		0,38	
3.5.	Сублимационная печать цветная, без стоимости материалов	Ш т.	внутренний	приладка	100	
			коммерческий		180	
		Ш т.	внутренний	1 цикл	130	
			коммерческий		230	
3.6.	Термоперенос сублимационной печати и термотрансферной пленки	Ш г.	коммерческий	приладка	100	
			внутренний		1 цикл	3
			коммерческий			5,50
3.7.	Ксерокопия за А4	Ш	внутренний	черно-	3	

		Т.	коммерческий	белая	5,50
			внутренний	цветная	6
			коммерческий		11
<b>4. Послепечатные операции</b>					
4.1.	Резка бумаги на бумагорезальной машине Wohlenberg	Ш т.	внутренний	приладка	47
			коммерческий		85
		Ш т.	внутренний	1 рез листовой продукции	5
			коммерческий		9
		Ш т.	внутренний	1 брошюра с 3 сторон	5
			коммерческий		9
4.2.	Клеевое скрепление на C.P.Bourg	Ш т.	внутренний	приладка	100
			коммерческий		180
		Ш т.	внутренний	1 экземпляр	5,20
			коммерческий		9,50
4.3.	Скрепление на скрепку	Ш т.	внутренний	приладка	50
			коммерческий		100
		Ш т.	внутренний	1 экземпляр	2
			коммерческий		3,6
4.4.	Резка изделий на плоттере Grafitec Cutting без стоимости материалов	Ш т.	внутренний	приладка	100
			коммерческий		180
		I к в. м е т р	внутренний	материал за 1 кв. метр	200
			коммерческий		360
	Резка изделий на плоттере Grafitec Cutting без стоимости материалов	Ш т.	внутренний	резка за 1 кв. метр изделие до 30 мм	280
			коммерческий		500
		I к в. м е т р и з д е л и е	внутренний	резка за 1 кв. метр изделие до 300 мм	250
			коммерческий		450

			Д О 3 0 0 М М			
			1	внутренний		223
			к в. м е т р и з д е л и е б о л е е 3 0 0 М М	коммерческий	резка за 1 кв. метр изделие более 300 мм	400
			1	внутренний		150
			к в. м е т р	коммерческий	удаление обложки за 1 кв. метр	270
4.5.	Вырубка ручная для значков		Ш т.	внутренний	1 цикл	0,25
				коммерческий		0,50
4.6.	Биговка ручная		Ш т.	внутренний	приладка	50
				коммерческий		90
			Ш т.	внутренний	1 цикл	2,50
				коммерческий		4,50
4.7.	Скрепление спиралью на переплетчике WireMac 31		Ш т.	внутренний	приладка	100
				коммерческий		180
			Ш т.	внутренний	1 изделие	9
				коммерческий		17
4.8.	Твердый	журналы	Ш	внутренний	1 изделие	150

	переплет, без стоимо- сти ма- териалов	дипломные ра- боты	т.	коммерческий		300	
				внутренний		250	
				коммерческий		450	
				внутренний		100	
				коммерческий		180	
4.9.	Ламинация горячая	т.	Ш	внутренний	приладка 1 сторона	100	
				коммерческий		180	
		т.	Ш	внутренний	1 изделие А3 1 сторона	2	
				коммерческий		4	
		т.	Ш	внутренний	приладка 2 стороны	110	
				коммерческий		200	
		т.	Ш	внутренний	1 изделие А3 2 стороны	5	
				коммерческий		9	
		т.	Ламинация горячая (1 изделие А3 1 сторона)	Ш	внутренний		2
					коммерческий		4
Ш	внутренний			4			
	коммерческий			8			
4.10.	Фальцовка Duplo	т.	Ш	внутренний	приладка	100	
				коммерческий		180	
4.11.	Фальцовка ручная	т.	Ш	внутренний	1 изделие	0,3	
				коммерческий		0,7	
		т.	Ш	внутренний	приладка	30	
				коммерческий		55	
т.	Ш	внутренний	1 фальц	1			
		коммерческий		3			
4.12.	Листоподборка	т.	Ш	внутренний	приладка	50	
				коммерческий		90	
	Листоподборка Duplo, за 1 цикл	т.	Ш	внутренний	11 секц.	1	
				коммерческий		3	
		т.	Л и с т	внутренний	ручная подборка, за 1 лист	0,1	
				коммерческий		0,2	
т.	Ш	внутренний	ручная компл. за 1 блок	0,5			
		коммерческий		1			
4.13.	Тиснение, контррев на термо- прессе ТС 800	т.	Ш	внутренний	приладка	550	
				коммерческий		1 000	
		за 1 к в. с		внутренний	клише за 1 кв. см, первич- ный заказ	300	
				коммерческий		550	

		М			
		Ш т.	внутренний	1 цикл	3
			коммерческий		5,5
4.14.	Тампопечать на PID2S	Ш т.	внутренний	приладка	500
			коммерческий		1 000
		Ш т.	внутренний	клише первич- ный заказ	700
			коммерческий		1 300
		Ш т.	внутренний	1 цикл	3
			коммерческий		5,5
<b>5. Печатная продукция на цифровом оборудовании XEROX</b>					
5.1.	Визитки 90x50 мм	Ш т.	внутренний	100 шт.	277-500
			коммерческий		700-900
5.2.	Фирменный бланк А4 формат	Ш т.	внутренний	100 шт.	612
			коммерческий		1 100
5.3.	Листовая продукция (грамота, диплом, сертификат, листовка, флаер, афиша) - форматом до 488x330 мм	Ш т.	внутренний	1 экз.	8-17
			коммерческий		25-60
5.4.	Папка формата А4 с карманом	Ш т.	внутренний	1 экз.	83
			коммерческий		150
5.5.	Блокнот формата А5-А4 на пружину с запечатанным блоком цвет/чб	Ш т.	внутренний	1 экз.	44-83
			коммерческий		80-150
5.6.	Блокнот формата А5 на склейку (КБС)	Ш т.	внутренний	1 экз.	33-50
			коммерческий		60-90
5.7.	Бейджи	Ш т.	внутренний	1 экз.	90-110
			коммерческий		161-200
5.8.	Буклет А5-А4, фальцовка (тонкая бумага) автоматическая	Ш т.	внутренний	50 экз.	500-665
			коммерческий		900-1200
5.9.	Буклет А5-А4, биговка ручная (плотная бумага) автоматическая	Ш т.	внутренний	50 экз.	667-780
			коммерческий		1200-1400
5.10.	Брошюра А5, скрепление скрепкой	Ш т.	внутренний	50 экз.	1560-2000
			коммерческий		2800-3600
5.11.	Книжно-журнальная продукция на склейку (КБС) ч/б, А4/А5	Ш т.	внутренний	1 экз.	333-500
			коммерческий		600-900
5.12.	Книжно-журнальная продукция на склейку (КБС) цветная	Ш т.	внутренний	1 экз.	1 225
			коммерческий		2 200
<b>6. Широкоформатная продукция</b>					

6.1.	Печать широкоформатной продукции (баннеры, самоклеящаяся пленка) шириной до 1.6 м (среднее качество, неплотная запечатка) + послепечатная обработка	1 к в. м е т р	внутренний	1 кв. метр	250
			коммерческий		450
6.2.	Баннер Прессвол (склейка, подворот краев, лouverсы)	1 к в. м е т р	внутренний	1 кв. метр	350
			коммерческий		650
6.3.	Стенд с накаткой пленки шириной до 1.6 м	Ш т.	внутренний	1 шт.	2 800
			коммерческий		5 400
6.4.	Стенд с накаткой пленки и пробковым покрытием	1 к в. м е т р	внутренний	1 кв. метр	2 700
			коммерческий		4 850
6.5.	X - баннер 1,6x2 м. (louverсы)	Ш т.	внутренний	1 шт.	1 000
			коммерческий		1 800
<b>7. Сувенирная продукция</b>					
7.1.	Нанесение на кружки методом термопереноса на цилиндрические поверхности	Ш т.	внутренний	1 шт.	295
			коммерческий		530
7.2.	Нанесение на текстильные изделия методом термопереноса формат А4 односторонняя (без стоимости текстильных изделий)	Ш т.	внутренний	1 изделие	100
			коммерческий		180
7.3.	Изготовление значков из заготовок (круглые 37, 58)	Ш т.	внутренний	1 изделие	39
			коммерческий		70
7.4.	Эпоксидные наклейки	Ш т.	внутренний	1 изделие	61
			коммерческий		110

Разрешенные виды деятельности СКФУ:

Устав: п.2.5.

- 7) разработка макетов, дизайн-проектов, товарных знаков, знаков обслуживания;
- 28) осуществление рекламной, редакционной, издательско-полиграфической деятельности (выпуск и реализация учебной, научной, справочной и другой литературы, бланочной продукции);
- 29) выполнение художественных, оформительских и дизайнерских работ;
- 33) реализация товаров, созданных или приобретенных за счет средств, полученных от приносящей доход деятельности, направленных на обеспечение уставной деятельности;
- 51) производство и реализация сувенирной и другой тиражируемой продукции;
- 88) выполнение копировальных и множительных работ, в том числе тиражирование учебных,

учебно-методических, информационно-аналитических и других материалов;  
91) розничная торговля писчебумажными и канцелярскими товарами;  
93) использование в рекламных и иных коммерческих целях официального наименования, символики, товарного знака

Коды ОКВЭД:

- 18.12. Прочие виды полиграфической деятельности;
- 18.13. Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность;
- 18.14. Деятельность брошюровочно-переплетная и отделочная и сопутствующие услуги;
- 58.19. Виды издательской деятельности прочие;
- 74.10. Деятельность специализированная в области дизайна.

## ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ ФАЙЛОВ ПУБЛИКАЦИИ В ФОРМАТЕ PDF (Дизайн-бюро Школы креативных индустрий СКФУ)

### 1. Носители цифровой информации.

- 1.1. CD-DVD диски, в том числе перезаписываемые, с форматированием на платформу Windows.
- 1.2. Внешние накопители с USB-интерфейсом.
- 1.3. Файлы могут быть доставлены средствами Интернет.

### 2. Общие требования к публикации.

- 2.1. PDF записывается постранично (не разворотами).
- 2.2. Все цвета должны быть определены как триадные (Process).
- 2.3. В файле для правильного размещения при спуске полос обязательно должен быть назначен обрезной размер (тримбокс), соответствующего обрезному формату изделия.
- 2.4. При печати действует установка, назначающая атрибут «Overprint» для векторных и текстовых элементов, состоящих из стопроцентного черного цвета. Если под крупными черными элементами присутствуют цветные элементы, то следует использовать сложный черный цвет (например C-65, M-55, Y-55, K-100). В противном случае через черные плашки будет просматриваться сюжет, который находится снизу.
- 2.5. Минимальная толщина одноканальной линии для печати на глянцевой бумаге — 0,05 мм (0,14 pt).  
Минимальная толщина линии, окрашенной более чем в одну краску для печати на глянцевой бумаге — 0,18 мм (0,5 pt).
- 2.6. Для цветных текстовых блоков не должен быть задан атрибут «Overprint», поскольку ошибочно заданный «Overprint» как правило, можно выявить только после печати. В большинстве же случаев вообще не ясно, ошибка это или дизайнерское решение.
- 2.7. Дизайн, содержащийся в файлах, обязательно должен иметь одинаковый, 3-миллиметровый припуск на рез (bleed) с каждой из четырех сторон. Графические элементы, идущие под обрез, должны быть вынесены на этот bleed, а не расположены в край обрезного формата.
- 2.8. Дизайн не должен содержать значимой информации (рамок, текстов, таблиц), находящейся от края обрезного формата ближе, чем на 3 мм.
- 2.9. При использовании колец пикколо текст и другие значимые элементы не должны подходить к обрезному размеру изделия (со стороны пикколо) ближе 20 мм. Центр самого кольца должен находиться на расстоянии 16 мм и обозначается меткой - точка или крестик контрастного цвета размером до 1,5 мм.
- 2.10. Для работ предусматривающих навивку на спираль, нужно обеспечить непопадание значимых элементов в зону провивки дизайна/верстки (минимум 10 мм).

### 3. Многостраничные изделия

- 3.1. Для многостраничных изделий каждый элемент должен быть в отдельном файле (обложка, блок, наклейка, калька).
- 3.2. Выходной формат файла должен быть больше обрезного формата, содержать припуски (bleed) на обрез 4 мм с каждой из сторон за исключением стороны срединки. Например, при размере изделия 220\*280 - горизонтальный размер страницы должен быть 220+4=224, а вертикальный 280+4+4=288.
- 3.3. Фоны, линии, рисунки приближающиеся к обрезному формату ближе чем на 2 мм должны уходить на вылет (4 мм).
- 3.4. Для обложек с корешком необходим PDF-файл в развороте, включающий корешок. Размер корешка вы можете запросить у технологов типографии.
- 3.5. На внутреннем развороте обложки оставить белым поле корешка + по 3 мм на каждую страницу для приклейки блока. На блоке оставляется белое поле на первой и последней страницах шириной 3 мм от обрезного формата для приклейки блока к обложке.

- 3.6. На страницах блока, непосредственно прилегающих к обложке и внутренней стороне обложки при клеевом скреплении значимая информация не должна находиться ближе 1 см к среднику, поскольку приблизительно 7 мм окажутся заклеенными. А при переходящем изображении с обложки на блок, необходимо учитывать, что часть изображения также заклеится. Для того, чтобы избежать такого эффекта, необходимо заранее выдвинуть изображение из корешка на 7 мм и на блоке и на обложке.
- 3.7. При использовании переходящего изображения со 2 стр. обложки на 1 стр. блока возможен разнотон из-за разных свойств бумаги и технологических процессов.
- 3.8. В случае размещения сюжета на развороте при клеевом скреплении необходимо учитывать эффект «съедания» сюжета в корешке (3 мм).  
*Мы настоятельно не рекомендуем использовать в журналах при клеевом методе скрепления изображения, переходящие на соседние страницы, поскольку ни при каких условиях сюжет не будет смотреться качественно. Выбирая для использования подобные сюжеты необходимо заранее смириться с визуальными погрешностями изображения в готовом журнале.*
- 3.9. При клеевом скреплении значимая информация не должна подходить к среднику ближе чем на 4 мм. Текст, находящийся к среднику, ближе, чем на 4 мм, не будет прочитан вовсе (на первых и последних 10-16 стр. эта величина составляет 7 мм), а для комфортного чтения эта величина должна составлять более 8 мм.
- 3.10. При креплении на скрепку значимая информация не должна подходить к обрезному формату с внешней стороны страницы ближе 8 мм. *Это связано с тем, что горизонтальный размер страниц внутренних тетрадей будет меньше, чем внешних. Учитывайте это в дизайне изделия. Размеры страниц внутреннего блока следует запрашивать у технологов типографии.*

#### **4. TIFF**

- 4.1. Растровая графика должна быть без компрессии и находиться в цветовых пространствах CMYK, Grayscale, Bitmap и никаких других. Для CMYK и Grayscale разрешение должно составлять 300 dpi, для Bitmap - 1200 dpi.
- 4.2. Файлы TIFF, втянутые в PostScript и прилинкованные в программы верстки, не должны содержать дополнительные слои, каналы и пути.
- 4.3. Если используются «прозрачности» (transparence), они должны быть «склеены» (flatten); для правильного «склеивания» необходимо использовать цветовое пространство CMYK
- 4.4. При создании PDF-файла все системы управления цветом должны быть отключены.
- 4.5. При создании PDF-файла отключить OPI.

#### **5. Шрифты**

- 5.1. В PDF -файл должны быть включены (embedded) все шрифты, используемые в документе.
- 5.2. Чтобы избежать проблем, используйте только проверенные PostScript и OpenType шрифты. Избегайте дублирования шрифтов в системе. Старайтесь не использовать системные шрифты, так как при переносе работы на другой компьютер из-за различия версий системных шрифтов могут возникнуть проблемы. Используйте только те начертания, которые присутствуют в конкретном шрифте, так как искусственное создание жирного начертания программой верстки во многих случаях приведет к двоению букв, что особенно заметно на шрифтах с засечками и тонких декоративных шрифтах.
- 5.3. Использование True Type крайне нежелательно. Типография не несет ответственности за дефекты верстки и искажения в текстовых блоках, вызванных применением некачественных шрифтов.
- 5.4. При манипуляциях со шрифтовыми эффектами Bold или Italic обратить внимание на наличие в комплекте шрифтов соответствующих версий шрифта. Многие программы умеют их имитировать, однако такой текст не может быть обработан на растрирующем процессоре, а значит, и напечатан.
- 5.5. Категорически не допускается использование шрифтов из комплекта поставки русской версии Windows (с именами, оканчивающимися на Cyr) и старой поставки параграфовских шрифтов (без С в конце имени).

«Утверждаю»  
 Директор  
 Школы креативных индустрий

**А.Г. Садыкова**

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

**Отчет  
 Дизайн-бюро Школы креативных индустрий  
 за Октябрь 2022 года**

№ п/п	Код	Наименование материалов	Ед. изм.	Остаток на 01.10.2022 г.	Приход кол-во	Расход кол-во	Остаток на 31.10.2022 г.
<i>Мельник В.И.</i>							
1	00-00000000733	Наволочка Лада 40*40 белая, габардиновая	шт.	1,000	0,000	0,000	1,000
2	00-00000000734	Подушка без наволочки 40*40 ("Ариэль", "Ева" "Глория", "Лада")	шт.	2,000	0,000	0,000	2,000
3	00-000000001300	Переплетный материал БУМВИНИЛ КЛАССИК 5103 210 синий двухцвет.230 R83/150	п/м	108,500	0,000	19,000	89,500
4	00-000000001301	Бумага мелованная Hi-Kote НРС 2-х ст. мел. глян. бел. 120 г/м2, 620*940 мм в пачках по 250л.	л.	10 466,000	0,000	35,000	10431,000
5	00-000000001302	Бумага мелованная LUMI Art 2-х ст. мел. глян. бел. 200 г/м2, 620*940 мм в пачках по 125л.	л.	750,000	0,000	0,000	750,000
6	00-000000001303	Бумага мелованная Hi-Kote НРС 2-х ст. мел. глянц. бел. 180 г/м2, 620*940 мм в пачках по 250л.	л.	250,000	0,000	0,000	250,000
7	00-000000001908	Тонер -картридж XEROX Color 550 (34К) желтый	шт.	2,000	0,000	0,000	2,000
8	00-000000001909	Тонер -картридж XEROX Color 550 (34К) голубой	шт.	1,000	0,000	0,000	1,000

Директор

«Утверждаю»  
Школы  
креативных индустрий

А.Г. Садыкова

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

## Коммерческие заказы за Октябрь 2022 г.

№ наряда	Наименование товара	Остаток на начало месяца			Приход			Расход					Остаток на конец месяца		
		Кол-во	Цена	Сумма	Кол-во	Цена без НДС	Сумма	Заказчик	М.О.Л.	Кол-во	Цена	Сумма	Кол-во	Цена	Сумма
13835	Семья и личность. Научный журнал №21	0,000	0,000	0,000	21,000	201,000	4221,000	Мовсесян Л.С.	Мовсесян Л.С.	21,000	201,000	4221,000	0,000	0,000	0,000
13836	Семья и личность. Научный журнал №22	0,000	0,000	0,000	16,000	176,000	2816,000	Мовсесян Л.С.	Мовсесян Л.С.	16,000	176,000	2816,000	0,000	0,000	0,000
13846	Изготовление полиграфической продукции (Блокнот на пружине)	0,000	0,000	0,000	1506,000	45,000	67770,000	Индивидуальный Предприниматель НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	1506,000	45,000	67770,000	0,000	0,000	0,000
13849	Психофизиология и психонейроэндокринология. Сборник	0,000	0,000	0,000	20,000	266,000	5320,000	Губарева Любовь Ивановна	Губарева Любовь Ивановна	20,000	266,000	5320,000	0,000	0,000	0,000
13856	Социология социальных изменений. Учебное пособие	0,000	0,000	0,000	20,000	114,750	2295,000	Толмачев М. И.	Толмачев М. И.	20,000	114,750	2295,000	0,000	0,000	0,000
13857	Социология конфликта. Учебная программа	0,000	0,000	0,000	20,000	91,800	1836,000	Толмачев М. И.	Толмачев М. И.	20,000	91,800	1836,000	0,000	0,000	0,000
13879	X-баннер	0,000	0,000	0,000	4,000	873,000	3492,000	Индивидуальный Предприниматель НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	4,000	873,000	3492,000	0,000	0,000	0,000
13880	Изготовление полиграфической продукции (Бейджи )	0,000	0,000	0,000	1520,000	15,000	22800,000	Индивидуальный Предприниматель НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	1520,000	15,000	22800,000	0,000	0,000	0,000
13883	Изготовление сувенирной и полиграфической продукции (Ручки с нанесением)	0,000	0,000	0,000	1506,000	35,000	52710,000	Индивидуальный Предприниматель НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	НАБИЛКОВА ВАЛЕНТИНА СЕРГЕЕВНА	1506,000	35,000	52710,000	0,000	0,000	0,000
13888	Основные параметры и характеристики узлов. Учебное пособие	0,000	0,000	0,000	21,000	111,000	2331,000	Мовсесян Л.С.	Мовсесян Л.С.	21,000	111,000	2331,000	0,000	0,000	0,000
13889	Лисичкин сундучок. Стихи	0,000	0,000	0,000	26,000	166,000	4316,000	Мовсесян Л.С.	Мовсесян Л.С.	26,000	166,000	4316,000	0,000	0,000	0,000
13891	GR баннер	0,000	0,000	0,000	1,000	5820,000	5820,000	НО «Ассоциация студенческого баскетбола»	Крюков С.В.	1,000	5820,000	5820,000	0,000	0,000	0,000

«Утверждаю»  
Школы  
креативных индустрий

А.Г. Садыкова

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**БЛАНОЧНАЯ -РЕКЛАМНО ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ за Октябрь 2022 г.**

№ наряда	Наименование товара	Остаток на начало месяца			Приход			Расход					Остаток на конец месяца		
		Кол-во	Цена	Сумма	Кол-во	Цена без НДС	Сумма	Заказчик	М.О.Л.	Кол-во	Цена	Сумма	Кол-во	Цена	Сумма
13232	Вкладыш в табличку	0,000	0,000	0,000	1,000	193,000	193,000	Физико-технический факультет	Комарова А.Р.	1,000	193,000	193,000	0,000	0,000	0,000
13314	Дипломы и Благодарственные	0,000	0,000	0,000	35,000	13,000	455,000	Центр реализации партнерских проектов и кадровых программ молодежи	Баранова Любовь Аркадьевна	35,000	13,000	455,000	0,000	0,000	0,000
13315	Сертификаты	0,000	0,000	0,000	30,000	10,500	315,000	Центр реализации партнерских проектов и кадровых программ молодежи	Баранова Любовь Аркадьевна	30,000	10,500	315,000	0,000	0,000	0,000
13368	Футболки	0,000	0,000	0,000	70,000	776,450	54351,500	Управление довузовской подготовки и инклюзивного образования	Махринова Марина Владимировна	70,000	776,450	54351,500	0,000	0,000	0,000
13400	Баннеры для 2 этажа	0,000	0,000	0,000	8,000	4658,000	37264,000	Психолого-педагогический факультет	Кокорова Снежана Дмитриевна	8,000	4658,000	37264,000	0,000	0,000	0,000
13411	Стенды с карманами	0,000	0,000	0,000	3,000	8860,000	26580,000	Психолого-педагогический факультет	Кокорова Снежана Дмитриевна	3,000	8860,000	26580,000	0,000	0,000	0,000
13412	Благодарности	0,000	0,000	0,000	43,000	39,000	1677,000	Управление кадрового администрирования	Горбачева Лилия Сергеевна	43,000	39,000	1677,000	0,000	0,000	0,000
13450	Бейсболка	0,000	0,000	0,000	78,000	565,200	44085,600	Институт экономики и управления	Пучкова Екатерина Евгеньевна	78,000	565,200	44085,600	0,000	0,000	0,000
13548	Табличка на дверь	0,000	0,000	0,000	1,000	491,000	491,000	Управление делами	Моисеенко Надежда Васильевна	1,000	491,000	491,000	0,000	0,000	0,000
13549	Вкладыш в табличку	0,000	0,000	0,000	1,000	193,000	193,000	Управление делами	Козьменко Светлана Викторовна	1,000	193,000	193,000	0,000	0,000	0,000
13561	Благодарность	0,000	0,000	0,000	35,000	10,000	350,000	Институт экономики и управления	Пучкова Екатерина Евгеньевна	35,000	10,000	350,000	0,000	0,000	0,000
13566	X-баннер	0,000	0,000	0,000	1,000	862,000	862,000	Психолого-педагогический факультет	Кокорова Снежана Дмитриевна	1,000	862,000	862,000	0,000	0,000	0,000
13567	Стенд (колонна)	0,000	0,000	0,000	1,000	3125,000	3125,000	Психолого-педагогический факультет	Кокорова Снежана Дмитриевна	1,000	3125,000	3125,000	0,000	0,000	0,000
13568	Стенд (Линия жизни)	0,000	0,000	0,000	1,000	3260,000	3260,000	Психолого-педагогический факультет	Кокорова Снежана Дмитриевна	1,000	3260,000	3260,000	0,000	0,000	0,000

«Утверждаю»  
Директор  
Школы креативных индустрий

**А.Г. Садыкова**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**Список продукции по оказанным услугам за Октябрь 2022 года**

<b>Дата</b>	<b>Заказ №</b>	<b>Наименование</b>	<b>Заказчик</b>	<b>Тираж</b>	<b>Сумма без НДС, руб.</b>
10.10.2022	13916	Резка бумаги	Учебный департамент	3000,000	200,000
10.10.2022	13917	Резка бумаги	ИПК	2000,000	1600,000
Итого:					1800,000

**Начальник административного отдела**

**Директор**

**Е.Г. Письменная**

**С.В. Масалова**

«Утверждаю»  
 Директор  
 Школы креативных индустрий  
**А.Г. Садыкова**

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**АКТ**  
 готовой продукции  
 Дизайн-бюро Школы креативных индустрий  
 за Октябрь 2022 г.

№ п/п	№ Наряда	Наименование продукции	Заказчик (Ф.И.О. автора, институт)	Материально ответственное лицо (Ф. И. О.)	Остаток	Приход		Расход		Обязательная рассылка	Остаток
						Кол-во	Стоимость в руб., без НДС	Авторские	Библиотечка		
1	10998	Экономика систем теплогасоснабжения и вентиляции. Курс лекций	Смирнов С.С. Инж.И	Смирнов Станислав Сергеевич	0	20,000	2000,000	5	15	0	0,000
2	11134	Оборудов-е магистральных газонефтепроводов. Практикум	Прачев Ю.Н. ИНиГ	Прачев Юрий Николаевич	0	20,000	1700,000	5	15	0	0,000
3	11135	Оборудов-е магистральн.газонефтепроводов. Курс лекций	Прачев Ю.Н. ИНиГ	Прачев Юрий Николаевич	0	20,000	2160,000	5	15	0	0,000
4	11930	Базы данных. Учебник	Братченко Н.Ю. ИИТиГ	Братченко Наталья Юрьевна	0	15,000	1575,000	5	10	0	0,000
5	12661	Гигиенич. основы физкульт.-спортивн. деят-сти. Курс лекций	Магин В.А.	Клименко Т.П.	0	20,000	2000,000	5	15	0	0,000

**СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ И ИЗГОТОВЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ  
в Дизайн-бюро Школы креативных индустрий СКФУ**

**Общие положения:**

1. Общий срок изготовления складывается из времени подготовки публикации и времени изготовления продукции.

2. Отсчет времени изготовления продукции начинается с момента утверждения дизайна при наличии на складе Дизайн-бюро необходимых материалов.

3. При наличии в составе заказа продукции с разными сроками изготовления продукции за предельный срок изготовления принимается срок изготовления наиболее сложного элемента.

**Максимальные сроки выполнения дизайна и подготовки к изготовлению продукции:**

Виды дизайнерских работ	Срок в раб. днях
Подготовка к печати готовых публикаций	2
Дизайн и подготовка к печати листовой продукции	3
Дизайн и подготовка к печати многостраничной продукции (брошюры)	5
Комплексные заказы (значительное количество разноплановых элементов заказа, связанных общим стилем)	10
Комплексные заказы с разработкой фирменного стиля и (или) логотипа организации или мероприятия	15

**Максимальные сроки изготовления полиграфической продукции:**

Описание продукции	Срок в раб. днях
Визитки, бланки, листовая продукция, папки А4, бейджи, буклеты, широкоформатная продукция с неплотной запечаткой, пресволл, X-баннер, значки из заготовок, изготовление магнитов, эпоксидные наклейки. Тиснение (при наличии клише), фольгирование, ручная резка и резка на плоттере, ламинирование	3
Блокнот на склейку, книжно-журнальная продукция на склейку, широкоформатная продукция с плотной запечаткой, стенд с накаткой пленки, нанесение на кружки и футболки, блокнот на пружину.	5
Брошюра на скрепку, календарная продукция, стенд с накаткой пленки и пробковым покрытием.	10
Продукция, требующая перезаказ у подрядчиков (согласование заявки и договора, оплата) 1. офсетной печати 2. оборудования форматом более А3 3. трафаретной печати 4. лакировальной техники 5. интерьерной широкоформатной струйной печати нанесения методом сублимации (термопереноса) на не предназначенные для этого материалы	21

# Бриф на разработку логотипа и фирменного стиля

Этот бриф поможет нам подготовиться к работе, чтобы сделать её для вас наилучшим образом.

От того насколько четко и исчерпывающе вы ответите на вопросы зависит, как быстро мы с вами начнём говорить на одном языке, чтобы решить поставленные задачи максимально быстро и эффективно.

Мы гарантируем вам полную конфиденциальность представленной нам информации.

Бриф не является техническим заданием и лишь помогает нам понять, каким вы видите ваш будущий фирменный стиль.

Если какие-либо из вопросов анкеты покажутся вам сложными, пожалуйста, обратитесь к нам за разъяснениями.

Если у вас есть собственный бриф – предоставьте его вместо данного, недостающую информацию мы уточним при встрече.

## Маркетинговый блок

### 1. Что?

#### 1.1 Что представляет собой продукт (товар, услуга или компания)?

Пример: овсяная каша быстрого приготовления / юридические услуги

#### 1.2 Суть бренда (основная идея (миссия) продукта)?

Пример: удовлетворение повседневной потребности (накормить людей)

#### 1.3 Уникальное торговое предложение (УТП) продукта?

Почему именно ваш продукт (относительно конкурирующих) захочет купить потребитель?

Позиционирование продукта (основное отличие от основных конкурентов).

Пример: только уникальные товары / набор лучших мировых практик ведения маркетинга / самые низкие цены в городе / самый большой ассортимент

#### 1.4 Назовите 3 основные характеристики/преимущества продукта (рациональные и/или эмоциональные)?

Пример: цена, качество, сервис / самый красивый

## 2. Для кого?

2.1 Опишите группы потребителей продукта по следующим параметрам или в свободной форме:

Пример: директора по развитию, 30+, мужчины с шилом в заднице, считают деньги, но при этом не чураются новшеств, Отдыхают после работы, рисуют, расслабляются в баре, получают удовольствие от работы, чётко знают что нужно купить и покупают сразу когда видят, но стараются экономить, если есть такая возможность

1 группа. Название «\_\_\_\_\_»

пол	<input type="checkbox"/> М / <input type="checkbox"/> Ж	возраст		образ жизни и психологический портрет:
семейное положение:				
социальный статус				
образование				
род занятий				
ежемесячный доход				

Какую часть (%) от общего числа потребителей занимает эта группа ? \_\_\_%

2 группа. Название «\_\_\_\_\_»

пол	<input type="checkbox"/> М / <input type="checkbox"/> Ж	возраст		образ жизни и психологический портрет:
семейное положение:				
социальный статус				
образование				
род занятий				
ежемесячный доход				

Какую часть (%) от общего числа потребителей занимает эта группа ? \_\_\_%

## 3. Для чего?

3.1 Для чего ваш продукт нужен потребителю?

Какие проблемы потребителя он решает, в чём облегчает его жизнь?

Пример: экономит время, развивает мышление / помогает ходить по снегу и не проваливаться

3.2 Когда и как потребитель будет пользоваться вашим продуктом чаще всего?

Пример: на работе, дома, на отдыхе, в момент потребления / днём, ночью, в спорт-зале

3.3 Является ли ваш продукт привычным для потребителя?

- Продукт инновационный и потребителя необходимо приучить к его потреблению.
- Продукт привычен, но обладает улучшенными качествами относительно конкурирующих.

Укажите эти улучшения: \_\_\_\_\_

- Продукт не отличается от конкурентов, он такой же.
- Другое:

## 4. Как?

4.1 Укажите степень вовлечённости в покупку:

- слабая (нет заинтересованности разбираться, вдаваться в детали)
- сильная (готов вкладывать время и силы в поиск информации о продукте)
- привычка (образ жизни, регулярно покупает не задумываясь)

**4.2 В какой ситуации, при каких условиях чаще всего потребитель будет покупать ваш продукт?**

Пример: твёрдо запланированно / частично запланированно / импульсивно

**4.3 Ценовая характеристика продукта.**

Пример: низкий / средний / высокий ценовой сегмент

**5. С кем?**

5.1 Опишите 3-х ваших основных конкурентов по следующим параметрам:

- название
- сильные стороны конкурента относительно вашего продукта
- слабые стороны конкурента относительно вашего продукта
- УТП конкурента
- как долго конкурент находится на рынке по сравнению с вашей компанией

Пример: «Продуктовая лавка», больше точек продаж, но товар дороже, дисконтные карты, узнаваемость

1 конкурент.

2 конкурент.

**6. Где?**

Масштаб интересов:

- Международный
- Федеральный
- Региональный
- Местный

**7. Что ещё?**

7.1 Что ещё на ваш взгляд нам важно знать о продукте/бренде, чтобы наша работа была эффективнее?

## Дизайн-блок

### 8. Чтобы что?

8.1 Для чего вам нужен логотип и/или фирменный стиль?

Какие задачи должна решить разработка?

Пример: увеличить количество спроса на товар / привлечь внимание, информировать покупателя / соответствовать времени, рынку

8.2 Где ваш логотип/фирменный стиль будет чаще всего видеть потребитель?

Пример: на улице, дома, на работе / в холодильнике, на полке

8.3 Какие ощущения у потребителя должно вызвать визуальное оформление?

Какой образ и характер бренда должен быть сформирован?

Пример: веселье, наслаждение, посвящение, агрессия, вызов, достижения, превосходство, уверенность, безопасность

### 9. Форма и содержание

9.1 Напишите название продукта.

Будут ли использоваться его латинское написание или сокращение/аббревиатура?

9.2 Какие визуальные образы отражают суть вашего бренда?

Пример: солнце, река, лес, поле, дом, животное

9.4 Какие образы и решения, на ваш взгляд, недопустимы для использования (почему)?



Пример: тёмные и мрачные тона и образы / одуванчики, деньги / наивность, детскость

9.5 Каким Вы видите Ваш логотип и стиль?

Какой характеристике он должен больше соответствовать. Отметьте на схеме.

мужской	←————— —————→	женский
молодой	←————— —————→	зрелый
роскошный	←————— —————→	экономный
игривый	←————— —————→	серьезный
простой	←————— —————→	сложный
утонченный	←————— —————→	броский

9.6 Какой тип логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа бренда? Выделите подчеркиванием (не более 2-х).

 <p>Комбинированный: знак + начертание названия</p>	 <p>Интегрированный: знак включён в начертание названия</p>	 <p>Шрифтовой</p>	 <p>Композиционно- шрифтовой</p>
 <p>Персонаж</p>	 <p>Только знак</p>	 <p>Герб</p>	 <p>Эмблема</p>
 <p>Вензель</p>	 <p>Лигатура</p>	 <p>Орнамент</p>	

9.7 Какой стиль графического решения логотипа, на ваш взгляд, предпочтителен для создания желаемого образа? Выделите не более 2-х вариантов.

Форма – контрформа



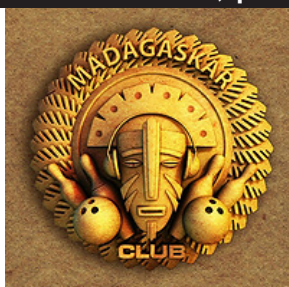
Аллегория, метафора



Каллиграфия



Объем, фотореалистичность



Величественность, аристократизм





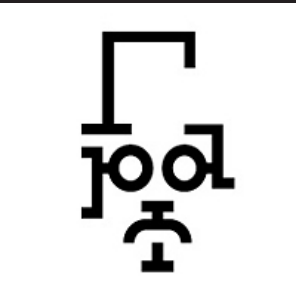
### Каллиграфия



### Прямолинейность



### Типографика



### Юмор



### Градиенты, прозрачности, блюр





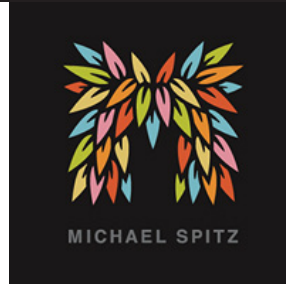
### Государственные мотивы



### Рисование



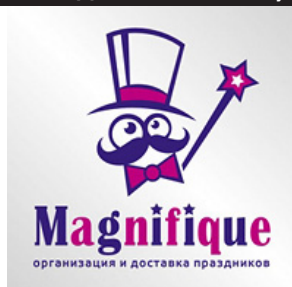
### Художественность



### Абстракция



### Детскость, намеренный инфантилизм



## Историчность, мифологичность



## Система элементов



9.8 Какие цвета, на ваш взгляд, предпочтительны для создания желаемого образа?

9.9 Приведите примеры логотипов и стилей других брендов, которые вы считаете удачными (почему)?

9.10 Приведите примеры логотипов и стилей других брендов, которые вы считаете неудачными (почему)?

9.11 Какие носители фирменного стиля необходимо разработать?

Визитная карточка:

- корпоративная
- персональная

Бланк

Факс-бланк

Конверт:

- евро (DL)
- A4 (C4)
- A5 (C5)

Папка

Шаблоны презентации PowerPoint

Шаблоны для технической, проектной и прочей документации

Обложка CD/DVD

Шаблон поздравительной открытки

Шаблон Приглашения

Типовая листовка/флаер

Типовой буклет

Бейдж

Блокнот

Ручка

Настольный флаг

Кружка

Спецодежда (укажите – какая)

Автотранспорт

Стенд

Экстерьерное оформление

Интерьерное оформление

Другое (укажите – что)

9.12 Какого типа руководство по фирменному стилю вам нужно?

- Брендбук (описание маркетинговой стратегии + описание визуальных коммуникаций и стандартов работы с ними на примере различных носителей)
- Guideline (описание только стандартов и правил работы с фирменным стилем)
- Ничего не нужно

9.13 Что ещё, что уточнит задачу по разработке фирменного стиля, нам необходимо знать?

## **Административный блок**

**10. Информация о компании**

10.1 Название и адрес компании

10.2 Контактное лицо

ФИО

Должность

Рабочий телефон

Мобильный телефон

e-mail

10.3 Дата заполнения брифа

-----