

# MANUAL DE IDENTIDADE CORPORATIVA

*NORMAS E PADRÕES DE UTILIZAÇÃO*



## VERSÕES DA MARCA

<b>01</b> BÁSICA	2
<b>02</b> P&B E NEGATIVO	3
<b>03</b> ASSINATURA CONJUNTA	4

## REGRAS GERAIS

<b>04</b> AREJAMENTO E REDUÇÃO	5
<b>05</b> MALHA CONSTRUTIVA	6
<b>06</b> APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS	7
<b>07</b> USOS INCORRETOS	8

## ELEMENTOS ESSENCIAIS

<b>08</b> COR INSTITUCIONAL	9
<b>09</b> TIPOGRAFIA	10

## PAPELARIA BÁSICA

<b>10</b> CARTÃO DE VISITA	11
<b>11</b> PAPEL TIMBRADO	12
<b>12</b> ENVELOPE OFÍCIO	13
<b>13</b> ENVELOPE SACO	14

## MATERIAL PROMOCIONAL

<b>14</b> MERCHANDISIGN	15
<b>15</b> MERCHANDISIGN	16

# APRESENTAÇÃO

As *Faculdades Kennedy* vem através deste documento consolidar o bem mais valioso que uma empresa pode ter: sua marca. O processo de comunicação bem dirigido, normatizado e com definições claras em relação à utilização da identidade visual é de suma importância em nosso trabalho de marketing. Desta forma, nos valorizamos como empresa e transmitimos ao público e aos alunos uma imagem de seriedade e organização, alavancando assim novos negócios e consolidando nossa posição no mercado. Este manual contempla de forma abrangente todos os aspectos de nossa comunicação. É de vital importância seguir os procedimentos descritos, a fim de alcançarmos o nosso objetivo: fazer da marca *Kennedy* uma ferramenta de sucesso através de uma padronização visual consistente.

# 01 VERSÕES DA MARCA

## BÁSICA

A marca é a assinatura institucional das *Faculdades Kennedy*.  
É a principal assinatura da empresa e deverá ser usada  
em todas as suas manifestações visuais (folhetos,  
impressos, formulários, publicidade).



# 02

## VERSÕES DA MARCA

### *P&B E NEGATIVO*

A reprodução desta assinatura deverá ser feita por processos digitais a partir de original autorizado. Caso seja necessária a sua construção por outros processos, seguir rigorosamente o esquema de construção especificado adiante.



# 03

## VERSÕES DA MARCA

### ASSINATURA CONJUNTA

Nas assinaturas conjuntas a altura total da marca não deve ultrapassar a altura total da marca *Kennedy*. O alinhamento inferior deve observar a base, de acordo com o exemplo ao lado. A marca *Kennedy* nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas.



# 04

## REGRAS GERAIS

### AREJAMENTO E REDUÇÃO

A marca *Kennedy* deve ser aplicada em uma área livre de interferências ou margens. O parâmetro definido para área de respiro é “x”, afim de valorizar sem que algum elemento exerça competição pela atenção do leitor, sendo expressamente proibida a colocação de qualquer elemento ou corte em uma área inferior a “x”. Para não comprometer a legibilidade da assinatura institucional, a marca não deve ter largura inferior a 3 cm.

Arejamento



Proporção



Redução

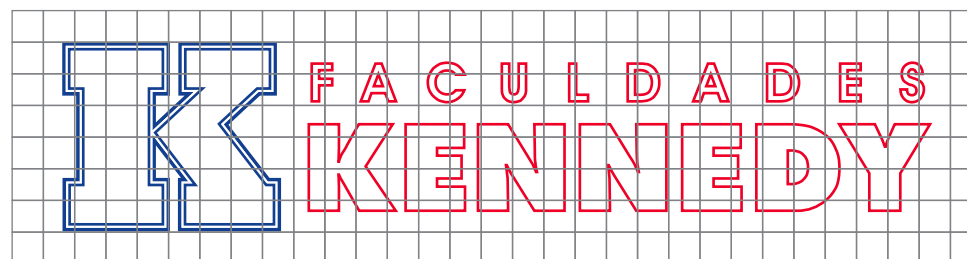


# 05

## REGRAS GERAIS

### MALHA CONSTRUTIVA

A malha de construção é a organização espacial da logomarca. Deve ser utilizada para a reprodução da marca em pinturas de paredes, suportes tridimensionais como placas, troféus etc.



# 06

## REGRAS GERAIS

### APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

A marca *Kennedy* suporta as seguintes aplicações em fundos coloridos: aplicação em branco sobre fundo azul ou vermelho, aplicação em branco sobre degradê (em tons próximos ou complementares), aplicação em branco sobre fundos mais escuros (em fundos até 20% de preto deve-se aplicar a marca em branco, abaixo de 20% de preto a melhor aplicação é na versão básica). Deve-se evitar: aplicação em outra cor sobre fundos coloridos descaracterizando a marca, aplicação básica sobre fundos em degradês, aplicação monocromática e em tons de cinza sobre fundos escuros (preto ou tonalidades mais escuras de cinza).



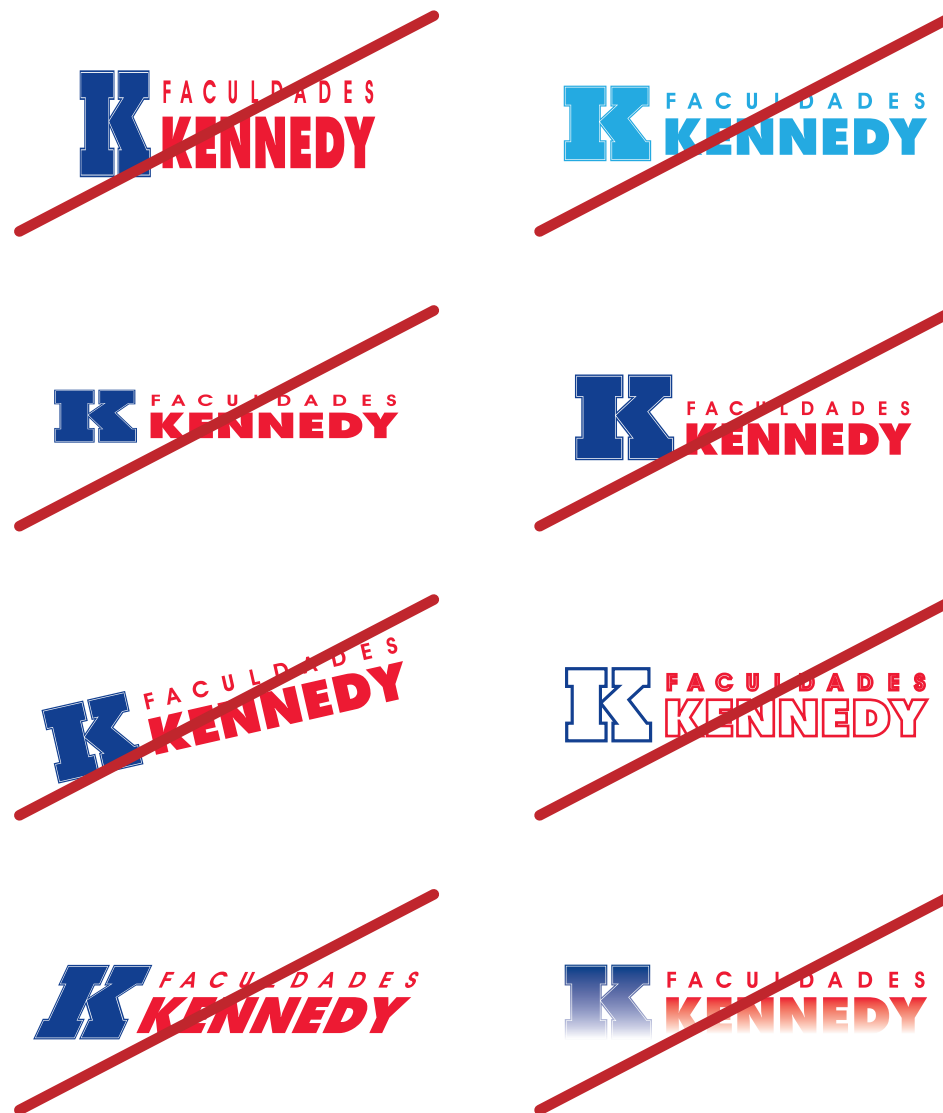


# 07

## REGRAS GERAIS

### USOS INCORRETOS

É expressamente proibida a distorção da marca *Kennedy* contrariando as proporções estabelecidas: distorção por expansão, distorção por condensação, distorção por inclinação, distorção por transformação, mudanças na estrutura construtiva e nas aplicações sugeridas de uso das cores.



# 08

## ELEMENTOS ESSENCIAIS

### CORES INSTITUCIONAIS

As cores institucionais deverão seguir o padrão cromático de referência indicado, independente do suporte ou tipo de tinta. O resultado não deverá apresentar diferença de tonalidade com a cor de referência.



PANTONE  
185C

**CMYK**  
C0 M100 Y85 K0

**RGB**  
R226 G0 B43

**Hexadecimal**  
#E2002B



PANTONE  
287C

**CMYK**  
C100 M85 Y0 K10

**RGB**  
R42 G65 B141

**Hexadecimal**  
#2A418D

# 09 ELEMENTOS ESSENCIAIS

## TIPOGRAFIA

É a família tipográfica para uniformizar as informações escritas em material institucional. A tipografia tem o objetivo de estabelecer uma correspondência entre a marca e as mensagens verbais. As famílias tipográficas sugeridas são: Lato e Roboto.

Lato Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

Lato Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

Lato Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Lato Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Roboto Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

Roboto Medium

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

# 10 PAPELARIA BÁSICA

## CARTÃO DE VISITA

É o material institucional da empresa em sua comunicação com o mercado e a comunidade. Cartão comercial formato padrão 80mm x 45mm horizontal. Impressão 1x2 em couchê fosco 210g com aplicação de verniz IR ou off-set.



# 11 PAPELARIA BÁSICA

## PAPEL TIMBRADO

Papel formato A4 (210x297mm) impresso a 2x0 cor em papel alta alvura ou apergaminhado 90g.



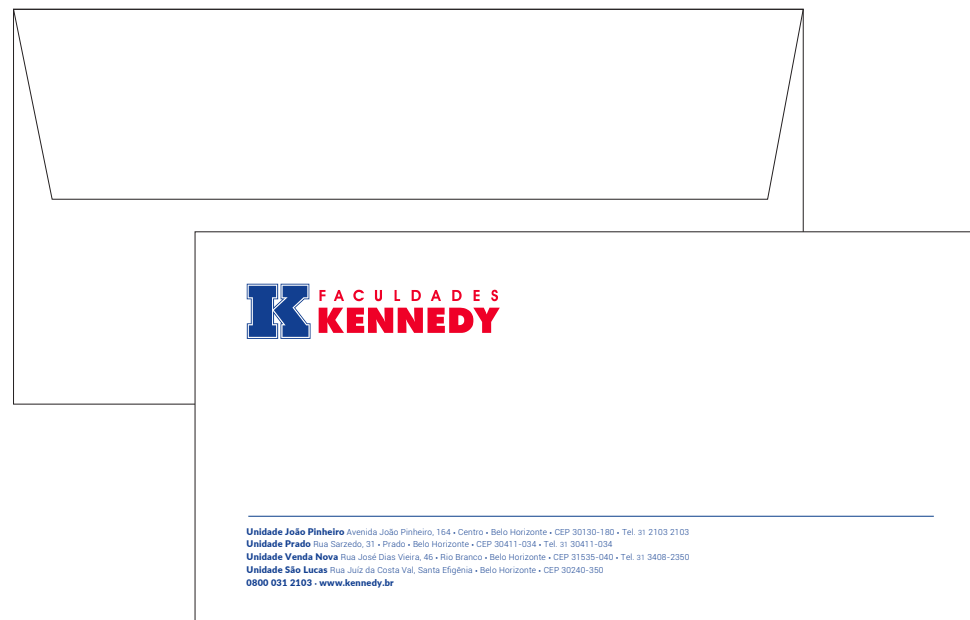
**Unidade João Pinheiro** Avenida João Pinheiro, 164 - Centro - Belo Horizonte - CEP 30130-180 - Tel. 31 2103-2103  
**Unidade Prado** Rua Sarzedo, 91 - Prado - Belo Horizonte - CEP 30411-034 - Tel. 31 30411-034  
**Unidade Venda Nova** Rua José Dias Vieira, 46 - Rio Branco - Belo Horizonte - CEP 31535-040 - Tel. 31 3408-2350  
**Unidade São Lucas** Rua Juiz da Costa Val, Santa Efigênia - Belo Horizonte - CEP 30240-350  
0800 031 2103 - [www.kennedy.br](http://www.kennedy.br)

# 12

## PAPELARIA BÁSICA

*ENVELOPE OFÍCIO*

Impresso a 2x0 cor em papel alta alvura ou apergaminhado  
120g. O interior deve ser totalmente branco.

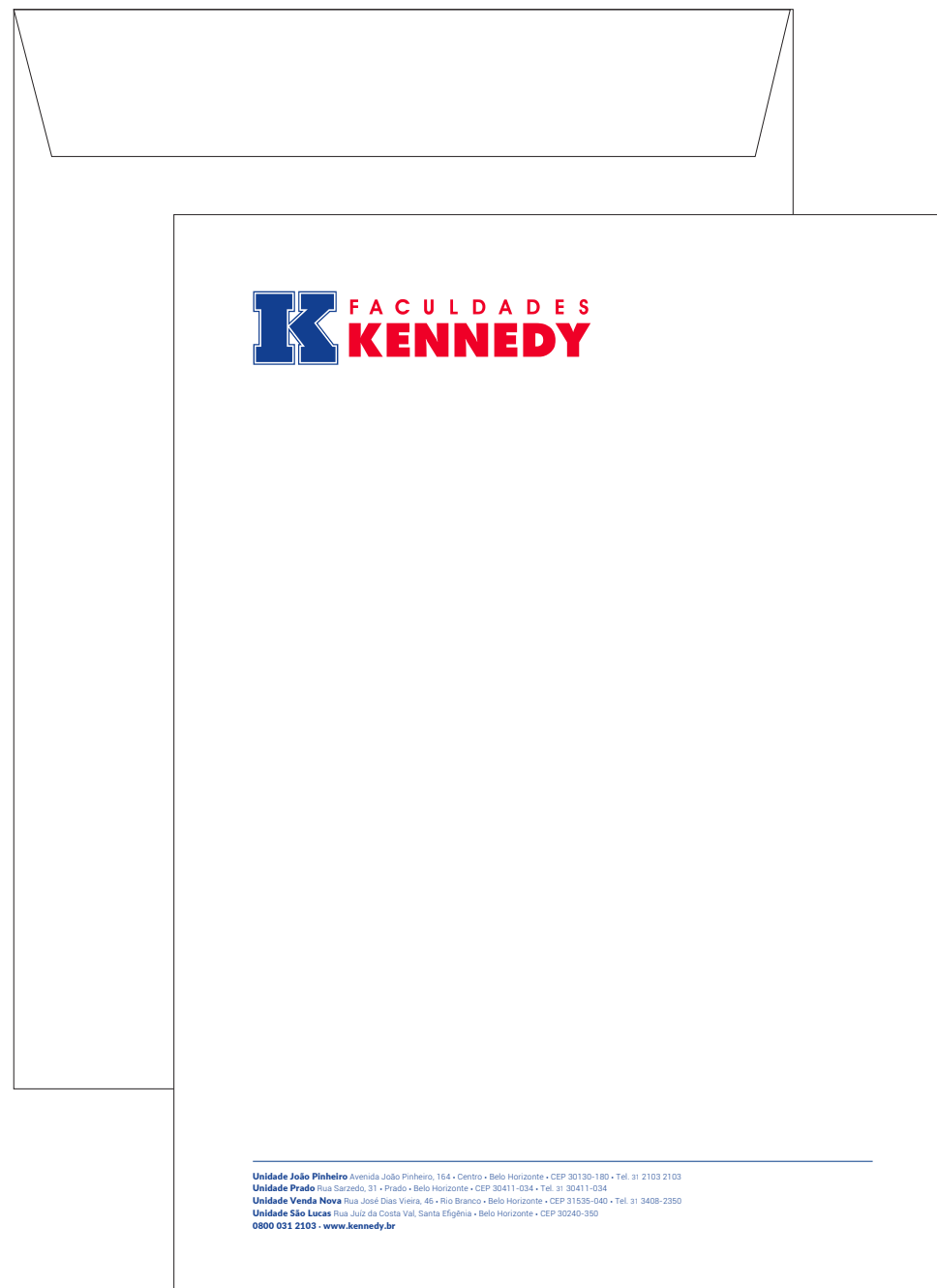


# 13

## PAPELARIA BÁSICA

### ENVELOPE SACO

Envelope saco formato 260 x 360 mm impresso a 2x0 cor em papel alta alvura 150g com verso totalmente branco.



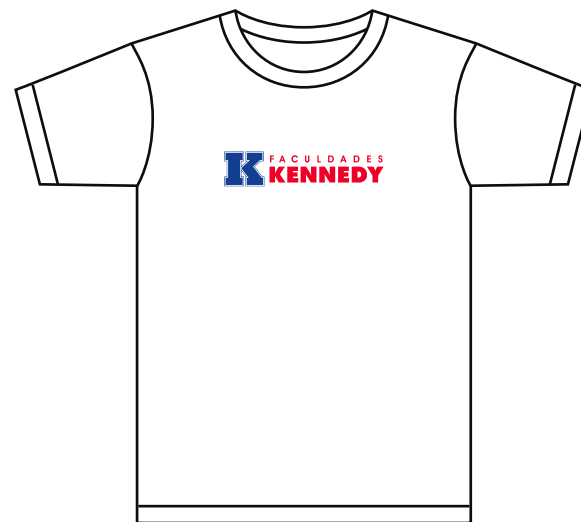
**Unidade João Pinheiro** Avenida João Pinheiro, 164 - Centro - Belo Horizonte - CEP 30130-180 - Tel. 31 2103 2103  
**Unidade Prado** Rua Sarzedo, 31 - Prado - Belo Horizonte - CEP 30411-034 - Tel. 31 30411-034  
**Unidade Venda Nova** Rua José Dias Vieira, 46 - Rio Branco - Belo Horizonte - CEP 31535-040 - Tel. 31 3408-2350  
**Unidade São Lucas** Rua Juiz da Costa Val, Santa Efigênia - Belo Horizonte - CEP 30240-350  
0800 031 2103 - [www.kennedy.br](http://www.kennedy.br)

# 14

## MATERIAL PROMOCIONAL

### MERCHANDISING

Camisa básica branca de algodão fio 30 com gola reforçada com marca básica silkada, ou vermelha com marca aplicada em branco.



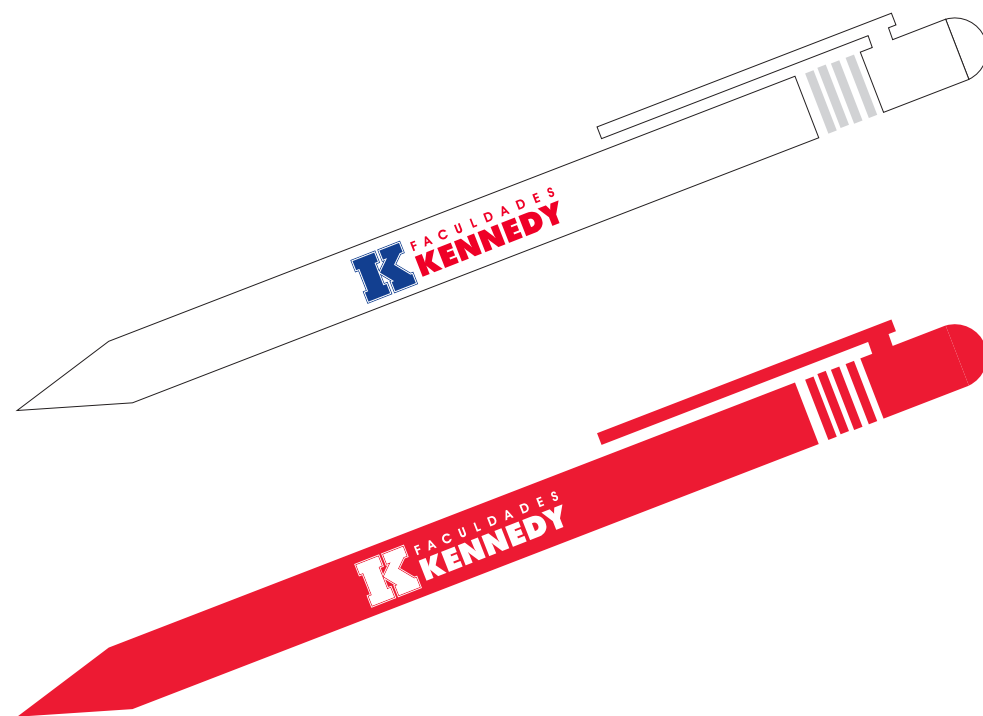


# 15

## MATERIAL PROMOCIONAL

### MERCHANDISING

Preferencialmente branca ou vermelha. Em modelos mais sofisticados o acabamento metálico fosco é mais indicado.



[comunicacao@somoskennedy.com.br](mailto:comunicacao@somoskennedy.com.br)

