

**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
Muotoilun koulutusohjelma

# **Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme**

Salla Anttila

**OPINNÄYTETYÖ**  
**HELMIKUU 2013**





**OPINNÄYTETYÖ**  
**Helmikuu 2013**  
**Muotoilun koulutusohjelma**

Sirkkalantie 12 A  
80100 JOENSUU  
p. 050 311 6317, p. 050 438 7550

**Tekijä** Salla Anttila

**Nimeke**

Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme

**Toimeksiantaja**

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyön toimeksiantaja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu muuttui 1.1.2013 Karelia-ammattikorkeakouluksi. Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa korkeakoululle laadukas ja erottuva uusi graafinen ilme ja selkeä graafinen ohjeisto. Kokonaisuus toteutettiin tiiviissä yhteistyössä Mainostoimisto Fabrikin kanssa.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullista ja määrällistä kyselytutkimusta. Suunnittelun lähtökohdaksi toteutettiin kysely Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta. Kohderyhmään kuuluivat ammattikorkeakoulun viestintää suunnittelevat ja toteuttavat työntekijät.

Opinnäytetyön toiminnallisessa osiossa suunniteltiin ilmeen peruselementit ja laaja valikoima ilmeen mukaista graafista materiaalia. Kyselyn vastauksista ilmenneet Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun ilmeen ja graafisen ohjeiston ongelmakohdat pyrittiin ratkaisemaan.

Toiminnallisena lopputuloksena syntyi Karelia-ammattikorkeakoululle yhtenäinen visuaalinen ilme ja toimiva graafinen ohjeisto. Huolellinen henkilöstön perehdyttäminen oli myös tärkeä osa prosessia. Jatkossa on tärkeää seurata ilmeen toimivuutta ja kartoittaa ilmeen hakijoille ja muille sidosryhmille välittämää imagoa.

**Kieli**

Suomi

Sivuja 30

Liitteet 3

Liitesivumäärä 50

**Asiasanat**

yrityskuva, imago, graafinen suunnittelu



**THESIS**  
**February 2013**  
**Degree Programme in Design**

Sirkkalantie 12 A  
80100 JOENSUU, FINLAND  
Tel. 050 311 6317, 050 438 7550

**Author** Salla Anttila

**Title**

Visual identity for Karelia University of Applied Sciences

**Commissioned by**

North Karelia University of Applied Sciences

**Abstract**

The commissioner of the thesis North Karelia University of Applied Sciences changed to Karelia University of Applied Sciences on 1st January 2013. The aim of the thesis was to design a high-level and an identifiable visual identity for the University of Applied Sciences. The process was executed in close cooperation with Advertising Agency Fabrik.

The research method used was qualitative and quantitative survey. A survey concerning the visual identity and graphic guidelines of North Karelia University of Applied Sciences was implemented as a basis for the new visual identity. The target group was UAS employees in charge of communication.

In the practical part of the thesis, the basic elements of the visual identity and a wide range of graphic material were designed. The aim was to solve the problems in the visual identity and graphic guidelines of North Karelia University of Applied Sciences.

The result was creation of a cohesive visual identity and functioning graphic guidelines for Karelia University of Applied Sciences. Detailed orientation for employees was an important part of the process. Hereafter, the functionality and performance of the visual identity must be followed. In addition, the image conveyed by the new identity for UAS applicants and interest groups should be surveyed.

**Language**

Finnish

Pages 30

Appendices 3

Pages of Appendices 50

**Keywords**

corporate image, image, graphic design

# Sisältö

<b>1 Johdanto</b>	<b>5</b>	<b>Liitteet</b>
<b>2 Viitekehys ja toiminta-asetelma</b>	<b>6</b>	Liite 1. Kysely Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta
2.1 Viitekehys	6	
2.2 Toiminta-asetelma	7	
<b>3 Yritysilmeen suunnittelu</b>	<b>9</b>	Liite 2. Kysely Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen ehdotuksista
3.1 Yritysilmeen suunnitteluprosessi	11	
3.2 Visuaalinen ilme osana hallittua yrityskuvaa	11	
3.3 Graafinen ohjeisto	12	
<b>4 Kysely Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta</b>	<b>13</b>	Liite 3. Karelia-ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto
4.1 Kyselyn tulokset	15	
4.2 Kyselyn arviointi	17	
<b>5 Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme</b>	<b>18</b>	
5.1 Lähtökohdat	18	
5.2 Suunnitteluprosessi	21	
5.3 Graafisen ilmeen julkaisu ja henkilöstön perehdytys	23	
<b>6 Arviointi</b>	<b>25</b>	
6.1 Ilmeen peruselementit ja viesti	26	
6.2 Perehdytys ja graafinen ohjeisto	27	
<b>7 Pohdinta</b>	<b>29</b>	
Lähteet	30	



# 1 Johdanto

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu (PKAMK) oli vuonna 2012 yksi Suomen vanhimmista ammattikorkeakouluista juhlien 20-vuotista taivaltaan. Joensuussa viidellä kampuksella on yhteensä opiskelijoita noin 4000 ja henkilökuntaa noin 400. Monialaisen koulutustarjonnan lisäksi ammattikorkeakoulu panostaa aluekehitystyöhön sekä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaan. PKAMK toimi Joensuun kaupungin liikelaitoksena ja vuoden 2012 aikana siitä muodostettiin osakeyhtiö. PKAMK:lle myönnettiin toimiluvan siirto Karelia Ammattikorkeakoulu Oy:lle. Päätös nimen käyttöönotosta saatiin Opetus- ja kulttuuriministeriöltä syksyllä 2012.

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun nimi vaihtui 1.1.2013 Karelia-ammattikorkeakouluksi, ja myös sen visuaalinen ilme tarvitsi muutoksen. Tavoitteena oli laadukas ja myös kansainvälisesti toimiva ilme. Ilmeen tuli olla selkeä ja nostaa Karelia-ammattikorkeakoulu esiin Suomen 25 ammattikorkeakoulun joukosta. Lisäksi tarvittiin laaja valikoima uuden ilmeen mukaista graafista materiaalia ja toimiva graafinen ohjeistus. Onnistunut ilme on tärkeä ammattikorkeakoulun tulevaisuudelle, kun kilpailu ammattikorkeakoulukentällä kovenee.

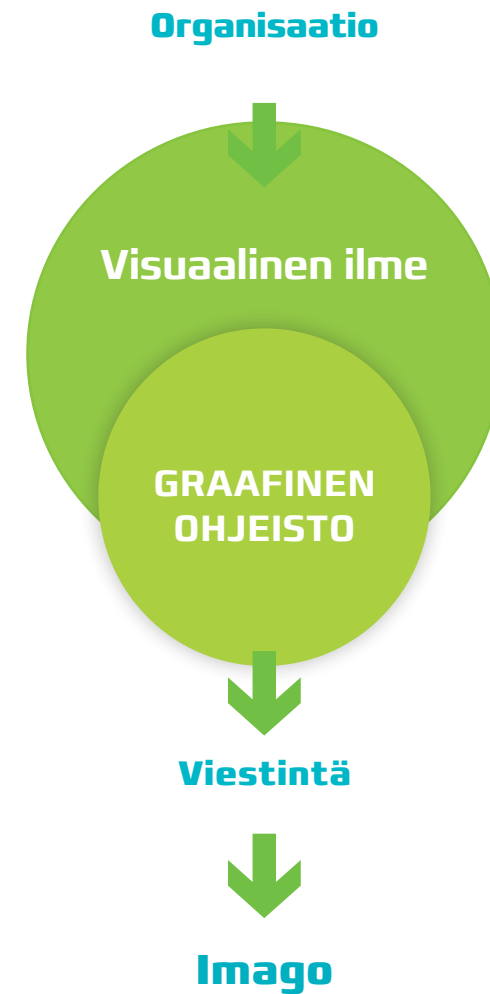
Kesinä 2010 ja 2011 tein työharjoitteluni Opiskelijapalveluissa PKAMK:n graafista ohjeistoa noudattaen. Opinnäytetyössäni osallistuin uuden visuaalisen ilmeen suunnitteluprosessiin tammikuusta 2012 aina ilmeen käyttöönottoon 1.1.2013 saakka. Viestintää toteuttaville työntekijöille tehtiin kysely PKAMK:n visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta. Kyselyn tuloksia hyödynnettiin ilmeen analyysissa. Ilmeen peruselementtien suunnittelun jälkeen toteutin visuaalisen ilmeen sovellukset, kuten käyntikortin, ja osallistuin graafisen ohjeiston laatimiseen. Olin mukana myös henkilöstön perehdyttämisessä.

Tavoitteenani on laajempi ymmärrys yritysilmeeen suunnittelusta. Olen kiinnostunut erityisesti graafisesta suunnittelusta yrityksille ja yhteisöille, joilla on yhteiskunnalle hyödyllinen missio, kuten koulutus. Opinnäytetyöprosessin aikana toimin yhteistyössä sekä asiakkaan, eli ammattikorkeakoulun, että mainostoimiston kanssa, joten saan arvokasta kokemusta kummankin osapuolen näkökulmasta. Kokemuksesta mainostoimistossa työskentelemisestä on hyötyä siirtyessäni työmarkkinoille.

## 2 Viitekehys ja toiminta-asetelma

### 2.1 Viitekehys

Viitekehystenä on yritysilmmeen suunnitteluprosessi (kuva 1). Lähteiden ja suunnitteluprosessin perusteella muodostan kuvan siitä, miten yhtenäinen yritysilmee luodaan. Tavoitteeni on ymmärtää yritysilmmeen suunnitteluprosessi entistä paremmin. Arvioin Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen suunnitteluprosessia vertaamalla sitä teoreettiseen tietoperustaan.



Kuva 1. Visuaalinen viitekehys.

## 2.2 Toiminta-asetelma

Opinnäytetyöni aikana olin mukana Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen suunnittelussa monella eri tapaa. Ammattikorkeakoulun opiskelijarekrytöinnin ja viestinnän työryhmät yhdistettiin vuoden 2012 alusta viestintäryhmäksi. Viestintäryhmä valmisteli Karelia-ammattikorkeakoulun viestintää ja oli mukana uuden ilmeen suunnitteluprosessissa. Kuuluin viestintäryhmään opiskelijoiden edustajana. Ammattikorkeakoululla työnohjaajani oli viestintäryhmän puheenjohtaja Tarja Tuonen. Opinnäytetyön ohjaavana opettajana toimi Martha Balerina. Lisäksi tein yhteistyötä Mainostoimisto Fabrik Oy:n kanssa. Fabrikilla suunnittelutyötäni ohjasi Art Director Markus Haataja.



Kuva 2. Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen suunnittelu-prosessiin osallistuneet tahot.

Suunnittelin viestintätiimin ja mainostoimisto Fabrikin kanssa tammikuussa 2012 kyselyn, joka toteutettiin helmikuussa 2012. Kyselyn tavoite oli selvittää, miten Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme oli toiminut ja miten graafinen ohjeisto voi paremmin tukea ammattikorkeakoulun viestintää. Pyrittiin saamaan myös tietoa siitä, mitä graafisia materiaaleja ammattikorkeakoulu on tarvinnut ja mitkä ovat tulevaisuuden tarpeet. Otantaan kuuluivat viestintää suunnittelevat tai työssään graafista ohjeistoa käyttävät ammattikorkeakoulun työntekijät.

Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä tehtiin maaliskuussa ehdotukset A ja B, ja henkilöstön sekä opiskelijoiden palautteen jälkeen huhtikuussa ehdotus C. Kun ilme-ehdotus C oli hyväksytty, työskentelin mainostoimisto Fabrikin tiloissa ja suunnittelin graafisia sovelluksia visuaalisen ilmeen peruselementtien pohjalta. Graafisiin materiaaleihin kuuluvat esimerkiksi käyntikortit, kirjepohjat ja esityspohjat. Graafista ohjeistoa alettiin koota kesäkuussa, ja se hyväksyttiin elokuussa. Tavoitteena oli suunnitella linjakas kokonaisuus, joka palvelee Karelia-ammattikorkeakoulun tarpeita. Art Director Markus Haataja opasti yhtenäisen visuaalisen linjan säilyttämisessä. Syksyn 2012 aikana uutta ilmettä lanseerattiin ammattikorkeakoulun sisäisille ja ulkoisille kohderyhmille. Marras- ja joulukuun aikana toteutettiin ilmeen perehdytys henkilöstökokouksissa. Uusi visuaalinen ilme otettiin käyttöön 1.1.2013.

TAMMIKUU	HELMIKUU	MAALISKUU	HUHTIKUU	TOUKOKUU	KESÄKUU
kyselyn valmistelu	kysely PKAMK:n ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta  tulosten analysointi	<b>13.3. ilme-ehdotukset A ja B</b>  palaute henkilöstöltä ja opiskelijoilta	<b>2.4. ilme-ehdotus C</b>  palaute ja hyväksyntä	  <b>sovellusten suunnittelu</b>  palaute	graafisen ohjeiston kokoaminen
ELOKUU	SYYSKUU	LOKAKUU	MARRASKUU	JOULUKUU	TAMMIKUU
graafisen ohjeiston hyväksyntä			perehdytys henkilöstökokouksissa		<b>1.1.2013 ILMEEN KÄYTTÖÖN-OTTO</b>

Kuva 3. Projektin toteutunut aikataulu.

### 3 Yritysilmeen suunnittelu

Yritysilmeen suunnittelun tavoitteena on yrityksen persoonallinen ja erottuva visuaalinen linja, joka tekee yrityksestä tunnistettavan ja mieleen jäävän (Loiri, Juholin 1998, 129). Yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelun tulee pohjautua yritysidentiteettiin. **Identiteetti** on yrityksen persoonallisuus ja todellinen olemus: yrityksen tehtävä, arvot, asema suhteessa kilpailijoihin ja tulevaisuuden tavoitteet. Persoonallisuuteen kuuluvat myös tarinat ja uskomukset sekä yrityskulttuuri normeineen. Identiteetin lähtökohta on yrityksen strategia eli yrityksen keskeiset painoalueet. (Pohjola 2003, 20.)

Yritysidentiteetti on kuitenkin vain yrityksen sisäinen tekijä (kuva 4). **Imago** on vastaanottajan yrityksestä muodostama mielikuva. Kun imago on selkeä, yritys tunnistetaan kilpailevia yrityksiä paremmin. Yrityksen tuote saa enemmän näkyvyyttä suhteessa viestintään käytettyyn panokseen. Myös henkilöstön motivaatio kohenee selkeän yritysmielikuvan ansiosta (Jaskari 2004, 14–15.).

Imago ei kuitenkaan vastaa täysin yrityksestä lähetettyä mielikuvaa eli profilia. Myös monet yritysidentiteetin näkymättömiltä vaikuttavat osa-alueet kuten yrityskulttuuri ja arvot muokkaavat vastaanottajan mielikuvaa. (Jaskari 2004, 14.) Vastaanottaja muodostaa mielikuvan yrityksestä omien asenteidensa, luulojensa ja kuulopuheiden pohjalta. Näihin imagon osa-alueisiin yritys ei voi vaikuttaa. Yritys voi vaikuttaa mielikuvan syntymiseen välittämänsä informaation, kokemusten ja havaintojen kautta. (Pohjola 2003, 22.)

Imago on **skeema** eli toimintamalli. Skeema saa vastaanottajan tulkitsemaan yrityksen viestejä ja toimintaa muodostetun imagon mukaisesti. Negatiivinen imago tekee yrityksen viestinnän heikoksi ja positiivinen imago puolestaan vahvistaa yrityksen viestintää. Skeemojen merkitys korostuu ja viestinnällä on enemmän painoarvoa niillä toimialoilla, joissa tuotteet ovat samankaltaisia. (Pohjola 2003, 22–23.) Monet ammattikorkeakoulut tarjoavat hakijoille samoja tutkintoja, joten imago on niille tärkeä.

**Profiloinnilla** pyritään kehittämään yritysmielikuvaa. Profilointia voidaan lähestyä eri näkökulmista. Se voi olla identiteetin valittujen piirteiden korostamista tai tavoitteiden määrittelyä yrityksen toiminnan kehittämiseksi. Yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelu pohjautuu siis myös yrityksen tavoiteimagoon tai profiliin, eli siihen mielikuvaan, jonka yritys haluaa itsestään luoda. Visuaalinen ilme välittää piirteitä, joiden halutaan korostuvan sekä auttaa häivyttämään mielikuvia, joita ei toivota yritykseen liitettävän. (Pohjola 2003, 23–24.)



yrityksen persoonallisuus ja  
todellinen olemus:  
tehtävä, arvot, kilpailijat,  
tavoitteet, tarinat ja  
uskomukset, yrityskulttuuri

Kuva 4. Yritysilmeen muodostuminen Poikolaista mukaillen (Pohjola 2003, 20).

## 3.1 Yritysilmeen suunnitteluprosessi

Kun visuaalisen identiteetin suunnittelu pohjautuu yrityksen todelliseen identiteettiin, on lopputuloksena yhtenäinen visuaalinen linja (Pohjola 2003, 20). Yritysilmeen suunnitteluprosessi alkaakin identiteetin ja tavoitemielikuvan selvittämällä (Loiri, Juholin 1998, 134). Täytyy myös määritellä visuaalisen ilmeen peruselementit ja peruselementtien esiintyminen eli sovellukset lomakkeistosta työasuihin, sekä projektin aikataulu ja toteuttajat. Sen jälkeen Loiri ja Juholin määrittelevät suunnitteluprosessin etenevän seuraavasti:

### 1. Toteutusvaihe, seuranta, valvonta ja sisäänajo

Toteutuksen ajan prosessia valvotaan ja ongelmat esimerkiksi graafisten materiaalien käytettävyydessä ratkaistaan mahdollisimman nopeasti.

### 2. Valmiin työn seuranta ja mahdolliset korjaukset

Kun ilme on käytössä, sen noudattamista tulee seurata. Profiloinnin onnistumiseksi ilmeen noudattaminen on tärkeää.

### 3. Sisäinen viestintä: ilmeen perehdytys henkilöstölle

Henkilöstö sitoutetaan ilmeen tavoitteisiin ja perehdytetään sen soveltamiseen. Graafinen ohjeisto on tärkeä työkalu.

### 4. Ulkoinen viestintä: ilmeen julkaisu ulkoisille sidosryhmille

Ilme otetaan tilannekohtaisesti käyttöön julkisen kampanjan kautta tai ilman kampanjaa. (Loiri, Juholin 1998, 136–141.)

## 3.2 Visuaalinen ilme osana hallittua yrityskuvaa

Yrityksen visuaalinen identiteetti on tärkeä yritysmielikuvan kehittämisen väline (Pohjola 2003, 20). Loirin ja Juholinin (1998, 136–137) mukaan visuaalinen identiteetti sisältää logon, liikemerkin, typografian eli käytettävät kirjasintyypit ja niiden käytön sekä tunnusvärit ja niiden käytön. Loiri ja Juholin määrittelevät logon yrityksen nimen kirjoitustavaksi ja liikemerkin yritystä kuvaavaksi symboliksi. Lisäksi ilme koostuu käytössä olevista sovelluksista, kuten lomakkeistosta.

Pohjolan (2003, 108–109) mukaan visuaalisen identiteetin laajuus valitaan yrityksen mukaan ja se voi olla suppea, mutta tiukasti rajattu yritysilmee ei välttämättä takaa tunnistettavuutta. Pohjola painottaa visuaalisen ilmeen yhtenäisyyttä kaikissa kohtaamispaikoissa, eli tilanteissa kun kohderyhmän edustaja kohtaa yrityksen. Yrityksen ilme tulee noudattaa samaa linjaa pakkauksissa, tilaisuuksissa ja messuilla sekä yrityksen toimitiloissa. Kun kaikkien kohtaamisten luomat mielikuvat tukevat toisiaan, luodaan asiakkaalle kokonaisvaltainen kokemus ja yritykselle toivottu imago.

Nieminen (2003, 42–43) tuo esiin visuaalisen identiteetin säilymisen kautta linjan yrityksen viestinnässä. Visuaalinen linja tulee pysyä yhtenäisenä sisä- ja ulko-opasteissa, painotuotteissa, mainonnan ja tiedottamisen tyyliin, tapahtumissa ja tilaisuuksissa - niin audiovisuaalisessa viestinnässä kuin kirjallisessa henkilökohtaisessa viestinnässäkin. Visu-

aalinen kokonaisuus muodostuu ilmeen osa-alueiden tavasta esiintyä eri medioissa. Myös Pohjola (2003, 108-109) korostaa viestinnän yhtenäisyyttä. Ilmeen linja tulee säilyä viestinnän kanavasta riippumatta, jotta syntyvä imago vastaa tavoitteita.

Nieminen (2003, 48-59) ja Jaskari (2004, 18) näkevät yritysilmmeen osana design management -strategiaa. Nieminen (2003, 53) määrittelee design management -toimintamallin koostuvan tuotteen ulkonäöstä, markkinointiviestinnästä, yrityksen fyysisestä ympäristöstä sekä henkilöstön käyttäytymisestä. Visuaalista ilmettä tulee hallita design managementin kautta, koska design managementin kautta kehitetään konkreettisesti näkyvää yrityskuvaa (Nieminen 2003, 50). Design management -strategiaa voi ammattikorkeakoulun tapauksessa soveltaa viestintäpainotteisesti. Keskeistä on hakijoille suunnattu viestintä ja sen luoma mielikuva.

Uskon että yrityksen visuaalinen ilme voidaan ratkaista monella tavalla. Pienelle yritykselle voivat riittää ilmeen peruselementtien eli logon, typografian ja tunnusvärien suunnittelu sekä hyvinkin suppea valikoima sovelluksia. Olen kuitenkin vakuuttuneempi siitä, että yritysilmmeen osa-alueita ei voida nähdä irrallisena viestinnästä ja yrityksen fyysisestä ympäristöstä sekä henkilöstön käyttäytymisestä. Visuaalisen ilmeen tehtävä on palvella yrityksen imagoa, johon vaikuttavat myös edellä mainitut osa-alueet. Vaikka ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme olisi onnistunut, viestinnän, fyysisen ympäristön ja henkilöstön toiminnan tulee tukea sitä, jotta yritysokuva on hallinnassa.

### 3.3 Graafinen ohjeisto

Valitun visuaalisen linjan noudattaminen on tärkeää, jotta profilointi onnistuu (Loiri, Juholin 1998, 138). Kokonaisuuden hallitsemiseksi tarvitaan graafinen ohjeisto eli yritysilmekäsikirja (Nieminen 2003, 42). Graafinen ohjeisto sisältää visuaalisen ilmeen käytön pelisäännöt. Se ohjaa suunnittelijan tekemiä valintoja. Tavoitteena on, että ohjeisto helpottaa ilmeen käyttöä. (Loiri, Juholin 1998, 138.)

Käsikirjan laajuus määräytyy yrityksen ilmeen laajuuden mukaan. Ohjeisto sisältää kaikki visuaalisen ilmeen osa-alueet logosta ja tunnusväreistä ilmeen sovelluksiin. Tärkeää on sisällyttää ohjeistoon kuvaus visuaalisen ilmeen lähtökohdasta, tavoiteimagosta. (Pohjola 2003, 154.) Pysyvempien ja pitkäaikaisempien sovellusten ohjeistus on usein tarkempaa kuin vaihtelevempien kokonaisuuksien kuten kampanjoiden ohjeistus. (Pohjola 2003, 116.)

Graafinen ohjeisto on yleensä yrityksen henkilöstön ja yrityksen sidosryhmien työkalu. Myös ohjeiston jakelutapa vaihtelee – sähköinen jakelu on kuitenkin yleistynyt, koska se tekee mahdolliseksi ohjeiston jakamisen eri tavalla eri kohderyhmille. Perinteistä PDF-ohjeistoa jaetaan paitsi tulosteena, myös sähköisesti esimerkiksi yrityksen verkon kautta. Ohjeistosta voidaan rakentaa myös verkkosivusto. (Pohjola 2003, 152-154.)



## 4 Kysely Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta

Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen suunnitteluprosessi alkoi mainostoimistolla helmikuun 2012 alussa visuaalisen ilmeen analyysillä. Mainostoimiston suunnittelutiimiin kuuluivat Haataja ja copywriter Timo Kupiainen. Mukana projektissa olivat myös asiakkuuspäällikkö Jonne Martikainen ja projektipäällikkö Pia Kontturi. Analyysiprosessin lähtökohdaksi viestintäryhmä valmisteli briiffin eli alustuksen Suomen ammattikorkeakoulukentästä sekä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun toiminnasta ja vahvuuksista. Mainostoimistolle toimitettiin paljon tietoa Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta myös painettujen materiaalien ja tilastojen muodossa. Esimerkiksi hakijakyselyn tulosten kautta saatiin tietoa siitä, millaisena hakijat näkivät PKAMK:n.

Suunnittelutyön pohjaksi tarvittiin vielä lisää tietoa siitä, miten ammattikorkeakoulun nykyinen visuaalinen ilme on toiminut. Lisäksi haluttiin selvittää, miten graafinen ohjeisto voisi tukea paremmin ammattikorkeakoulun viestintää. Samalla pyrittiin myös kartoittamaan, mitä graafisia materiaaleja ammattikorkeakoulu on tarvinnut ja mitä tarvittaisiin tulevaisuudessa (kuva 5). Kyselyn kohderyhmänä olivat Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestintää suunnittelevat tai työssään graafista ohjeistoa käyttävät työntekijät.

Tiedonkeruumenetelmäksi valittiin kysely, koska haluttiin saada tietoa laajasti ja nopeasti. Myös haastattelu olisi ollut mahdollinen tiedonkeruumenetelmä, koska tavoitteena oli saada laadullista tietoa. Päädyttiin silti käyttämään kyselyä, koska kyselyn kohderyhmä on melko laaja, ja edustavan tuloksen saamiseksi tarvittiin tietoa mahdollisimman suurelta määrältä kohderyhmän edustajia.

Kyselyn runko (liite 1) suunniteltiin yhteistyössä viestintätiimin ja mainostoimisto Fabrikin kanssa. Toteutin kyselyn ammattikorkeakoulun Typala-palautejärjestelmällä, joka oli vastaajille jo tuttu käyttöliittymä. Kysely lähetettiin 23 kohderyhmän edustajalle. Vastauksia saatiin 17, joten kyselyn vastausprosentti oli 74. Vastauksista tehtiin yhteenveto, joka esiteltiin mainostoimisto Fabrikille sekä ammattikorkeakoulun viestintä- ja johtoryhmälle.

**POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULUN GRAAFINEN OHJEISTO**

2.4 VÄRIT

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun tunnuskäytön värit ovat vihreä ja sininen. Väriä painotetaan em. järjestyksessä Mustavalkoisessa versiossa sininen korvattu 30 % mustalla. Väritä logoa käytetään vain silloin jotta väri on näkyvä, mustavalkoisista silloin kun tuotetaan mustana.

Organisaation tunnuksen tulee erottua taustasta. Tarvittaessa käytetään värillisen sijasta mustavalkoisista org. tunnus. Erikoistapauksissa tunnulle pohjalle sijoitetun organisaation tunnuksen tekstinä virkkaa voi mallit tai muun vaihtaa värin.

Vihreä:  
CMYK: 100, 0, 91, 42  
RGB: 0, 112, 60  
Pantone PMS 349PC

Sininen:  
CMYK: 100, 0, 8, 13  
RGB: 0, 154, 200  
Pantone: PMS 313PC

Tekstin värin vaihtoehtoja vihreä:  
CMYK: 100, 0, 91, 42  
RGB: 0, 112, 60  
Pantone PMS 349PC

2.5 ORGANISAATIO TUNNUS, LIKEMERKKI JA LOGO

kuva kokonaisuudesta eri muodoissa

kuva peleistä liikemerkeistä ilman tekstiä

8 GRAAFINEN OHJEISTO

2.8 KESKUSTEN TUNNISTEVÄRIT

**SOSIAALI- JA TERVEYSALAN KESKUS**

Pantone 5473 EC 91:45:51:23 Pantone 5483 EC 79:24:39:0 Pantone 1805 EC 0:98:75:22

**LIIKETALouden JA TEKNIIKAN KESKUS**

Pantone 5415 EC 52:16:0:48 Pantone 549 EC 57:0:0:34 Pantone 536 EC 35:22:0:3

**LUOVUEN ALOJEN KESKUS**

Pantone 477 EC 0:85:80:78 Pantone 167 EC 0:78:100:18 Pantone Warm Gray 6 EC 0:9:14:40

**MUOTOILUN JA KANSAINVÄLISEN KAUPAN KESKUS**

Pantone 137 EC 0:49:98:0 Pantone 430 EC 54:40:39:4 Pantone 5435 EC 30:16:11:0

**BIOTALouden KESKUS**

Pantone 370 EC 77:24:100:9 Pantone 464 EC 0:56:100:58 Pantone 369 EC 66:0:90:0

**KEHITTÄMIS- JA PALVELUKESKUS**

Pantone 2765 EC 100:100:0:40 Pantone 653 EC 90:62:0:18 Pantone 1245 EC 0:36:100:24

**PÄÄSKAALA**

**LISÄSKAALAT**

**ESIMERKKI: VÄRIN KÄYTTÖ**

www.pkamk.fi POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU

10 GRAAFINEN OHJEISTO

**POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULUN ARVOT**

**Työelämäälähtöisyys**  
Lähtökohthanamme ovat alueen työelämä ja sen kehittämisen kansainvälistä osaamista ja yhteistyä. Toiminnassamme edellytys ja voimavara on yhteistyä. Toiminnassamme korostuvat asiakkuuslähtöisyys ja vuorovaikutteisuus.

**Aluevaikuttavuus**  
Teemme työtä tuloksellisesti koulutuksessa, soveltavassa tutkimuksessa ja aluekehityksessä toimintaympäristöme menestykseksi. Arvioimme ja kehitämme jatkuvasti toimintaamme ja korostamme yhteiskuntavastuuta.

**Edelläkävijyys**  
Olemme luovien yksilöiden asiantuntijayhteisö. Toimimme innovatiivisesti oppijana, osajoina sekä työelämäsuhteiden ja ammatillisen asiantuntijuuden kehittäjinä.

GRAAFINEN OHJEISTO

POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULUN STRATEGIA 2007-2012

**POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU**

on monialainen ja kansainvälinen korkeakoulu. Ammattikorkeakoulussa on 22 koulutusohjelmaa saatelemällä koulutusalailla. Opiskelijoin on n. 4000 ja päätoimista henkilökuntaa 400. Haemme

**Puutekniikan lehtoria**

Hakijalta edellytetään sekä teoreettista että käytännössä hankittua erityisosaamista jatkoalustuksesta ja jalostustekniikasta, säätöjärjestelmien suunnittelusta sekä puu-työkaluista. Opetusalaamme tulee kuulumaan myös yritysmaailmaan kuuluvia opintojaksoja. Aikaisimmat hakemukset huomioidaan. Lisätietoja: koulutusohjelmajohtaja Tapani Siitonen, puh. 050 586 2483 tai tapani.siitonen@pkamk.fi.

**Automaatiotekniikan lehtoria**

Vakituiseen työsuhteeseen Joensuuhun. Opetustahvien ohella virassa on mahdollisuus osallistua ammattikorkeakoulun TSK-toimintaan. Lehtorin virka täytetään 1.8.2004 alkaen. Lisätietoja: koulutusohjelmajohtaja Jyri Roihuvuo, puh. 050 465 0811 tai jyri.roihuvuo@pkamk.fi.

**Päätoimisia tuntiopettajia**

Määräaikaiseen työsuhteeseen 1.8.2004 - 31.7.2005

- Tietotekniikan koulutusohjelmaan **ohjelmistotekniikan, tietoliikennetekniikan, elektroniikan** lehtoria: koulutusohjelmajohtaja Jyri Roihuvuo, puh. 050 465 0811 tai jyri.roihuvuo@pkamk.fi.

- Matkailun koulutusohjelmaan Joensuuhun **ravintomajapaaluvuuhin**. Opetusalaamme mm. ravintomajapaaluvuuhin sekä ruoka-, ravintola- ja cateringpalvelut. Hakijalta luetaan eduksi monipuolinen ravintola-alan työkokemus ja liiketoimintatuntemus. Lisätietoja koulutusohjelmajohtaja Marja-Leena Rautainen, puh. 050 530 0816 tai marja-leena.rautainen@pkamk.fi.

Kelpoisuusehdot ovat ammattikorkeakouluopinnoista annetun asetuksen (A352/2003 §23) mukaiset. Palkkaus OVTES:n mukainen.

Lehtorien osalta ammattikorkeakouluhallitukselle, tuntiopettajien osalta vararehtorille osoitetut hakemukset pyydämme toimittamaan 15.4.2004 klo 16.00 mennessä osoitteella Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, rehtorin toimisto, Tikkarinne 9, 80200 Joensuu.

www.pkamk.fi

Kuva 5. Sivuja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun graafisesta ohjeistosta: logon käytön ohjeistus ja ilmeen värit. Lisäksi Strategia-julkaisun kannet ja malli lehti-ilmoituksesta.

## 4.1 Kyselyn tulokset

Kyselyn ensimmäinen osio käsitteli Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun nykyistä visuaalista ilmettä, joka koostuu logosta, typografiasta eli kirjasintyypeistä, graafisista elementeistä ja kuvamaailmasta. Vastajat pitivät ammattikorkeakoulun logoa vanhentuneena ja siihen kaivat tiin jo muutosta. Visuaalinen ilme on ollut liiankin asiallinen ja kuiva.

”Kokonaisuus on mielestäni vanhanaikainen ja antaa kuvan jäykästä ja perinteisestä organisaatiosta eikä niinkään innovatiivisesta edelläkävijästä [vs arvot]”

Konservatiivinen ilme ei ole edustanut organisaation arvoja kuten edelläkävijyyttä ja innovatiivisuutta. Ilmeen toivottiin menevän raikkaan hakukampanjailmeen suuntaan. Vastaajien mielestä visuaalisen ilmeen johdonmukaisesti käytetyin osa on ollut logo, mikä on johtanut logon hyvään tunnistettavuuteen. Logon käytössä on kuitenkin huomattu ongelmia sopivan logovaihtoehdon valinnassa.

Vastauksissa tuli selkeästi esiin, ettei visuaalista ilmettä ei ollut myöskään käytetty yhtenäisesti. Kyselyn perusteella hajanaisuus johtui osittain siitä, että graafiset materiaalit olivat vanhanaikaisia ulkoasultaan ja siksi on tehty omia sovelluksia ohi graafisen ohjeiston. Yhtenäisempään kokonaiskuvaan päästään, kun määritellään graafisessa ohjeistossa selkeämmin elementit joita sovelletaan viestinnän eri kohderyhmille.

”Visuaalinen ilme on määritelty niin väljästi ja veltosti, että PKAMK -kuvaa ei visuaalisen ilmeen perusteella synny. Se on mahdollistanut monta erilaista visuaalista ilmettä. ”



Kuva 6. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Hakijan oppaat syksyltä 2011 ja keväältä 2012.

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisessa ilmeessä on liikaa eri elementtejä eri tarkoituksiin. Esimerkiksi opiskelijarekrytointi eli hakumarkkinointi ei ole osana nykyistä ohjeistoa. Vastausten perusteella ilmeen linjakkuuteen tarvitaan selkeästi parannusta Karelia-ammattikorkeakoulussa. Tavoitteena tulee olla tunnistettava, selkeä kokonaisuus.

Kyselyn toisessa osiossa keskityttiinkin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun graafiseen ohjeistoon. 88 % vastaajista oli sitä mieltä, että ohjeisto ei ohjaa tarpeeksi kaikkia ammattikorkeakoulun viestinnän kohderyhmiä ajatellen. 70 % löysi ohjeiston helposti ja 82 % uskoikin, että ohjeisto on käyttökelpoinen nykyisessä muodossaan eli sähköisenä ammattikorkeakoulun intranetissä. Vastaajista 88 % oli sitä mieltä, että ohjeistoa ei noudateta tarpeeksi hyvin. Ohjeiston noudattamiseen on yhteydessä ohjeistosta tiedottaminen. 70 % arvioi, että ohjeiston käytöstä ei ole tiedotettu tarpeeksi.


Kyselyvastauksista nousi esiin, että ohjeistus on jalkautettava koko ammattikorkeakoulun henkilökunnalle. Ohjeiston käyttöön tulee sitouttaa ja sitoutua – viestinnästä on tehtävä koko organisaation asia, josta johto on päävastuussa. Henkilöstön tulee tietää ohjeistuksen merkitys ja tarkoitus, ja mistä ohjeisto sekä graafiset materiaalit löytyvät. Henkilöstön motivointi nähdään siis tärkeänä. Myös graafisen ilmeen ja ohjeiston täytyy olla visuaalisesti onnistunut ja vakavasti otettava, että henkilöstö haluaa sitoutua uuden ilmeen käyttöön. Tiedottamiseen sopivana kanavana pidetään sähköpostin lisäksi henkilöstökokouksia.

Graafisen ohjeiston ja materiaalien käytön on oltava helppoa. Tarvitaan selkeät ohjeet esimerkkeineen miten ja missä materiaaleja käytetään, ja valmiit helppokäyttöiset pohjat esimerkiksi Power Pointiin. Graafisia materiaaleja eniten työssään käyttäville tarvitaan koulutusta materiaalien käytöstä. Täytyy olla myös selvää, miten jatkossa toimitaan - mistä saa tarvittaessa apua materiaalien käyttöön ja mitä tulee tehdä jos tarvitaan tuote, jolle ei ole olemassa valmista pohjaa ja jota ei ole ohjeistossa määritetty. Graafisen ilmeen käyttöä toivotaan myös osaksi uusien työntekijöiden perehdytyspakettia.

**”Koko henkilöstölle tulisi viestiä peruseriaatteet = miksi yhtenäisten ohjeitten käyttö on tärkeää. Kaikille työtehtävien kannalta ohjeistusta enemmän tai vähemmän tarvitseville sisäinen täsmäkoulutus.”**

Lopuksi kyselyssä käsiteltiin graafisia materiaaleja eli visuaalisen ilmeen sovelluksia, jotka määritellään graafisessa ohjeistossa. Kyselyn mukaan ammattikorkeakoulussa eniten käytetään käyntikortteja, kirjepohjia, kirjekuoria ja Power Point –esityspohjia. Yksi vastaaja kertoo, että olisi tarvinnut kaikkia materiaaleja mutta ei käyttänyt niitä, koska ne soveltuvat huonosti käyttötarkoituksiinsa. On siis tärkeää suunnitella uudet materiaalit niin, että ne toimivat hyvin käytännössä.

Vastaajat olivat sitä mieltä, että verkkomediaa tulisi hyödyntää tulevaisuudessa enemmän ja uskovat painetun materiaalin siirtyvän sähköiseksi. Kuitenkin halutaan säilyttää tärkeimpiä painotuotteita, kuten



Hakijan opas. Suunnitellessa on hyvä ottaa huomioon että joitakin materiaaleja tarvitaan sekä painettu että sähköinen versio. Esimerkiksi virallinen ja epävirallisempi kutsukorttipohja tarvittaisiin sekä painettuna että sähköisenä. Kaikissa materiaaleissa toivotaan huomioidavan paremmin kaksikielisyys ja mahdollisesti myös venäjän kieli. Ehdotettiin myös, että esimerkiksi esitteistä voisi olla ohjeistossa mallit eri kohderyhmille suunnatuista esitteistä. Vastaajat olivat myös sitä mieltä, että graafisen ohjeiston on oltava sovellettavissa mihin tahansa uuteen tuotteeseen.

## 4.2 Kyselyn arviointi

Kyselyn toteuttaminen oli haasteellista. Kyselyn vastaajilta haluttiin saada hieman eri näkökulmia visuaaliseen ilmeeseen. Siksi vastaajiksi valittiin eri työtehtävissä toimivia henkilöitä. Vastaajissa on niin esimiehiä, sihteereitä kuin projektityöntekijöitäkin. Kaikkien henkilöstöryhmien mielipide ei kuitenkaan tullut esille yhtä vahvana, koska kaikista ryhmistä vastauksia ei saatu yhtä paljon. Selkeästi erottui esimerkiksi hankkeiden parissa työskentelevien erilainen näkökulma.

Päätettiin siksi haastatella ammattikorkeakoulun hankekoordinaattoria Marika Turkiaa. Tein haastattelun puhelimitse ja haastattelun pohjana käytettiin kyselyn kysymyksiä (liite 1). Haastattelun kautta saatiin arvokasta tietoa hankkeiden ja projektien tarvitsemien graafisten materiaalien erityispiirteistä. Tarvitaan esimerkiksi mediatiedotepohja, jonka avulla hankkeet voivat laatia tyylikkään asiakirjan tiedotusvälineille. Haastattelun avulla hankkeiden graafisten materiaalien suunnittelu oli helpompaa.

## 5 Karelia- ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme

### 5.1 Lähtökohdat

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen analyysi ja ratkaisuehdotukset lähetettiin kirjallisena ammattikorkeakoululle. Ennen analyysin lukemista tein myös oman lyhyen analyysin siitä, mitä Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme voisi olla. Analyysit olivat samansuuntaisia. Tärkeää on näyttää laadukkaalta, organisaation perusilme tulee olla vakuuttava ja uskottava. Tärkeintä mielestäni oli, että ammattikorkeakoulun vahvuudet – innovatiivisuus, edelläkävijyys, läheisyys arkielämän tilanteissa ja työelämälähtöisyys – tulisivat esille. PKAMK:n ilme ei vanhanaikaisuudessaan viestinyt näitä asioita. Ilmeen vanhanaikaisuus oli johtanut myös ilmeen rönsyilyyn.

Analyysin jälkeen prosessi jatkui logon suunnittelulla. Markus Haataja suunnitteli kaksi ehdotusta Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen lähtökohdiksi. Ehdotus piti sisällään ilmeen taustan, ehdotuksia väristä ja typografiasta sekä kaksi logoehdotusta perusteluineen. Haataja ja asiakkuuspäällikkö Martikainen esittelivät 13.3. johtoryhmän kokouksessa ilme-ehdotukset A ja B (kuva 7).

#### ILME-EHDOTUS A




**Karelia**

#### ILME-EHDOTUS B

**Karelia**

Kuva 7. Karelia-ammattikorkeakoulun ilme-ehdotukset A ja B.



Johtoryhmän päätöksellä palaute kerättiin koko henkilöstöltä. Organisoitiin palautteen keräämisen. Ammattikorkeakoulun intranettiin perustettiin keskustelualue, jonne koko henkilöstöllä oli mahdollisuus käydä antamassa palautetta ehdotuksista viikon ajan. Palautetta saatiin keskustelualueelle 32 kappaletta. Osa palautteista oli yhteenveto koko työyhteisön, esimerkiksi keskuksen, mielipiteistä. Lisäksi sain muutamia palautteen sähköpostitse. Kokosin palautteet ja koostin viestintäryhmän kanssa palautteista yhteenvetön, joka esiteltiin johtoryhmälle sekä mainostoimistolle.

Myös opiskelijoiden mielipidettä visuaalisen ilmeen ehdotuksista haluttiin kartoittaa. Se tehtiin kyselyllä, jonka suunnittelin mainostoimisto Fabrikin ja viestintäryhmän kanssa (liite 2). Kysely toteutettiin Typalajärjestelmällä. Otannaksi valittiin opiskelijakunta POKAn edustajisto ja hallitus sekä markkinointituutorit. POKA edustaa ammattikorkeakoulun kaikkia opiskelijoita ja markkinointituutorit taas ovat perehtyneet ammattikorkeakoulun markkinointiin ja myös visuaaliseen ilmeeseen. Kyselyyn vastasi noin puolet otannasta, 16 opiskelijaa. Kyselyn kautta selvitettiin ehdotusten herättämiä ensimmäisiä mielikuvia ja kuinka hyvin eri adjektiivit kuvasivat opiskelijoiden mielestä logoja, värejä ja typografiaa. Myös avoimen vastauskentän kautta saatiin palautetta.

Henkilöstön ja opiskelijoiden palaute oli samansuuntaista. Logoehdotus A herätti vahvoja mielleyhtymiä muihin käytössä oleviin logoihin, joten sen viestiä oli vaikea löytää. K-kirjaimen yhdistäminen muihin yrityksiin häiritsi, sitä ei pidetty tarpeeksi persoonallisena. Toivottiin, että merkki voisi olla abstraktimpi kuin konkreettinen K-kirjain. Logon toivottiin viestivän enemmän dynaamisuutta, eteenpäin suuntaamista ja pohjoiskarjalaisuutta. Ehdotus sai toisaalta kiitosta selkeydestään. Logoehdotus B oli niin henkilökunnan kuin opiskelijoidenkin mielestä sekava ja vaikealukuinen. Opiskelijat näkivät logossa kuitenkin innovatiivisuutta. Henkilöstön mielestä ehdotus B ei soveltuisi korkeakoululle. Ilmeen pääväriksi ehdotettu turkoosi jakoi mielipiteitä - se nähtiin toisaalta käytettynä, kylmänä ja hetkellisenä muotivärinä ja toisaalta raikkaana. Typografia sai kiitosta.

Palautteen kooste esiteltiin mainostoimisto Fabrikille. Palautteen perusteella Markus Haataja suunnitteli ilme-ehdotuksen C (kuva 8). Kun uusi ehdotus saatiin mainostoimistolta, siitä kerättiin palautetta viestintäryhmältä intranetin keskustelualueen kautta. Kokosin palautteen ja esittelin tiivistelmän johtoryhmän kokouksessa, jossa Markus Haataja ja Jonne Martikainen olivat myös paikalla.



## ILME-EHDOTUS C



Kuva 8. Karelia-ammattikorkeakoulun ilme-ehdotus C.

Ehdotukseen C oltiin tyytyväisiä. Sitä kuvailtiin moderniksi, ja siinä löytyi jatkumo Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun logoon. Logoehdotuksen nähtiin kertovan vakaudesta ja jatkuvuudesta, luonnonarvoista ja juurista. Ehdotusta pidettiin selkeänä ja yksinkertaisena hyvällä tavalla. Johtoryhmä valitsi kokouksessaan ehdotus C:n Karelia-ammattikorkeakoulun ilmeeksi ja valtuutti viestintäryhmän jatkamaan prosessia.

Visuaalisen ilmeen peruselementeistä typografia hyväksyttiin ilmeehdotuksen C yhteydessä. Typografiaksi valittiin Francker ja Constantia-kirjaintyyppit. Logon muotokieli perustuu Francker-kirjaintyyppiin. Francker on päätteeton ja selkeä. Se antaa visuaaliselle ilmeelle erotuvuutta. Päätteellinen Constantia on hengeltään arvokkaampi ja luo kontrastin Francker-kirjaintyyppiin. Constantia sopii hyvin pitkiin leipäteksteihin ja Franckeria taas käytetään puolestaan otsikoissa herättämään huomiota. Franckerin lisenssi on maksullinen, mutta Constantia on käytettävissä uusimmissa Windows-tietokoneissa. Constantia mahdollistaa ilmeen jatkuvuuden silloinkin, kun Francker-lisenssiä ei ole saatavilla.

Visuaalisen ilmeen kolme väriä (vaalea vihreä, tumma vihreä ja harmaa) valittiin myös ilme-ehdotuksen C yhteydessä. Vihreä on jatkumo Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun logon tummasta vihreästä väristä. Vaalea vihreä on kuitenkin raikkaampi ja nuorekkaampi. Vihreä yhdistyy usein metsään ja luontoon, mikä yhdistää Karelia-ammattikorkeakoulun Joensuuhun, Euroopan metsäpääkaupunkiin. Harmaalla värillä ilmeeseen saadaan mukaan tyylikkyyttä ja hienovaraisuutta.



## 5.2 Suunnitteluprosessi


Kun visuaalisen ilmeen ehdotus C oli valittu, siirryin työskentelemään mainostoimisto Fabrikin tiloihin. Ensimmäisenä tehtävänä oli logoversioiden hiominen. Logon muotokieltä viilattiin vielä hieman, lähemmäksi ehdotuksen A muotokieltä. Myös logoa ”ammattikorkeakoulu”-selitteellä hienosäädettiin paljon (kuva 9). Haasteena oli suomen- ja englanninkielisten selitteiden ”ammattikorkeakoulu” ja ”University of Applied Sciences” pituusero. Selite-logoksi valittiin Savonia-ammattikorkeakoulun selite-logoja mukaileva ratkaisu. Selite sijoitettiin Karelia-nimilogon alle niin, että selite on molemmissa kieliversioissa nimilogon pituinen. Jotta suomen- ja englanninkieliset selitteet saatiin samaan tilaan mahdollisimman yhtenäisen näköisinä, suomenkielisen selitteen tekstin pistekoko ja kirjainvälistys on suurempi kuin englanninkielisen.

Yksi suurimmista haasteista oli määrittellä lisävärit ja värien käytön periaatteet (liite 3, 12–13). Ammattikorkeakoulujen graafisissa ilmeissä värejä on käytetty hyvin eri tavoin. Esimerkiksi Savonia-ammattikorkeakoulun ja Tampereen ammattikorkeakoulun ilme on hyvin värikäs - jokaisella kohderyhmällä on oma värinsä. Saimaan ammattikorkeakoulun eri koulutusaloilla on omat värinsä, jotka esiintyvät pieninä visuaalisina elementteinä muuten hyvin yhtenäisessä väriskaalassa.

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viidelle keskukselle oli jokaiselle kolme tunnusteväriä. Kyselystä tuli selkeästi ilmi, että keskusten värien laaja skaala on johtanut ilmeen hajanaisuuteen. Värien määrää haluttiin siis karsia, jotta ilme saadaan pidettyä yhtenäisenä. Haluttiin



Kuva 9. Yllä vaihtoehtoinen selite-logo, alla valittu versio.




kuitenkin tuoda mukaan väri, jolla olisi mahdollista luoda hierarkiaa ilmeen sovelluksiin. Turkoosi väri valittiin korostusväriksi, jota voi käyttää tuomaan esiin tärkeimpiä tekstejä. Turkoosia tulee käyttää harkiten, jotta värien hierarkia säilyy. Lisäksi haluttiin tuoda ilmeeseen valoa ja lämpöä. Lämmin keltainen valittiin yhdeksi korostusväriksi. Keltaisen roolia ilmeessä pohdittiin pitkään, olisiko keltainen käytössä yhtä aikaa muiden värien kanssa vai ei. Tehtiin kokeiluja ja päädyttiin ratkaisuun, jossa keltaista käytetään Karelia-ammattikorkeakoulun tapahtumien yhteydessä. Näin tapahtumat saadaan nostettua esiin perusilmeestä.

Haluttiin suunnitella graafinen elementti, joka tekisi ilmeestä vielä tunnistettavamman. Graafinen elementti antaa visuaaliselle ilmeelle persoonan (liite 3, 16–18). Elementti on myös logoa helpommin sovittavissa erilaisiin tuotteisiin ja tiloihin. Tein luonnoksia elementin pohjaksi ensin lyijykynällä ja sitten Adobe Illustrator -ohjelmalla. Katsoimme luonnoksia yhdessä Markuksen kanssa. Markus suunnitteli logon merkkiosasta sekä suunnikkaista muodostuvan geometrisen graafisen elementin. Kuosista suunniteltiin värillinen ja ääriivaversio.

Ilmeen sovellusten suunnittelu aloitettiin käyntikortista (liite 3, 23). Lähtökohtana oli että tekstisisältö täytyi olla kaksikielisenä, kuten PKAMK:n käyntikortissakin. Tekstisisältö haluttiin sijoittaa kortin etupuolelle, jotta takapuoli voitiin omistaa graafiselle elementille. Lomakkeistoa suunnitellessa ratkaistiin myös yhteystietojen esittäminen. Suunniteltiin yhteystietoelementti, johon kuuluu logon merkkiosa (liite 3, 19). Logon merkkiosan ja logotyypin käyttö erillisinä antaa lomakkeistolle nykyaikaisemman ja kiinnostavamman ilmeen.

Yhteistyö Markuksen kanssa sujui vaivattomasti. Ensimmäisissä sovelluksissa Markus ohjasi suunnittelua enemmän ja kun ilmeen periaatteet olivat selkiytyneet, työskentelin itsenäisemmin. Seurasin ammattikorkeakoulujen, toisen asteen oppilaitosten, yliopistojen ja suurten yritysten visuaalisia ilmeitä ja keräsin graafisia ohjeistoja. Sovelluksen suunnittelun aloittaessani tutkin ensin keräämiäni ohjeistoja ja perehdyin siihen, miten kyseinen sovellus oli ratkaistu eri tapauksissa. Perehdyttyäni sovelluksiin tein luonnoksia lyijykynällä ja seuraavaksi siirryin suunnittelemaan Adoben Illustrator tai In Design-ohjelmalla. Näytin suunnitelmiani Markukselle, joka antoi niistä palautetta. Ammattikorkeakoululla palautetta antoi viestintätiimi, jonka kokouksissa esittelin suunniteltuja sovelluksia. Saamani palautteen perusteella muokkasin graafisia materiaaleja.

Nostopalloelementti (liite 3, 20) tuli mukaan visuaaliseen ilmeeseen, kun aloitettiin hakukampanjamateriaalien ja esitteiden sekä rullatelineiden suunnittelua. Tarvittiin elementti, jolla pystyttiin nostamaan tärkeitä tekstisisältöjä esiin näyttävästi ja selkeästi. Pyöreä muoto rikkoo graafisen elementin ja typografian kulmikasta muotokieltä. Hakukampanjan visuaalisessa ilmeessä pidettiin mukana perusilmeen typografia, värit ja graafinen kuosi. Peruselementtien seuraksi tuotiin kampanjan viestiä vahvistava kuvaelementti.



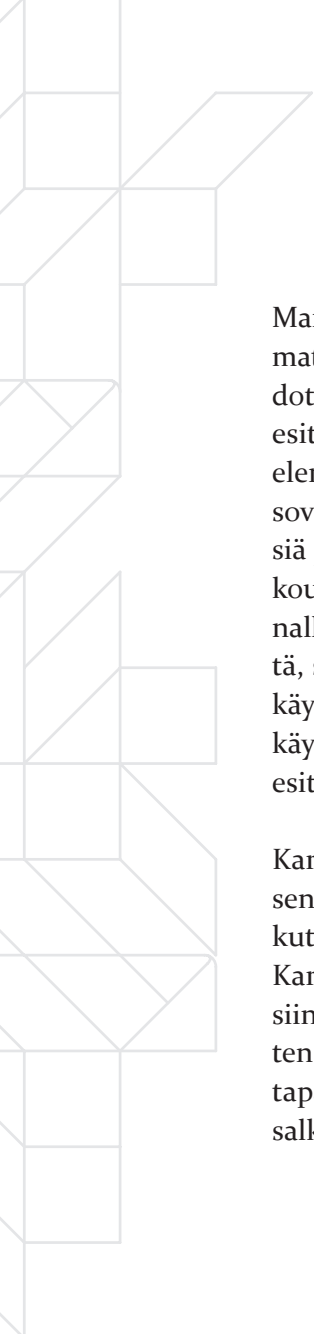
Suunnitellessani sovelluksia graafisen ilmeen periaatteet alkoivat hahmottua selkeämmiksi. Ilmeestä muodostui hyvin monimuotoinen. Lomakkeisto sai tyylikkään ja selkeän ilmeen, jossa käytettiin harmaata viivaversiota kuosista. Logo nousee esiin vihreän värin ansiosta. Muissa sovelluksissa käytettiin värejä runsaammin. Monimuotoisuutta päätettiin kuitenkin myös rajoittaa jonkin verran sovellusten yhtenäisen linjan säilymiseksi. Graafisesta elementistä otettiin käyttöön viivaversio vain harmaana. Valkoisen logoversion eli negalogon voi sijoittaa vain vihreän kuosin päälle – vihreä kuosi ja valkoinen logoversio ovat yhdessä tunnistettavissa Kareliaksi. Suunnittelin lomakkeiston ja liput hyödyntäen valkoisen logon ja vihreän kuosin yhdistelmää.

Kesäkuussa aloitettiin graafisen ohjeiston kokoaminen. Vielä tässä vaiheessa käytiin läpi kaikki ilmeen sovellukset yhtenäisen visuaalisen linjan varmistamiseksi. Lopulta suunnittelemani sovellukset olivat käyntikortti, kirjelomake, kirjekuoret, saatelomake, yleis- ja tapahtumafolderi, todistuskansio ja todistus pohja, tiedotepohja, julkaisujen kansimalli ja sisäsivujen ulkoasu, esitemallit ja esitepohja projekteille, Power point -esityspohja, lehti-ilmoitukset, rullatelineet, lippu, pöytälippu eli standaaari ja autoteippaukset (liite 3, sivut 22–43). Kirjoitin ohjeistoon kuvaukset ja ohjeet sovelluksista. Ohjeisto käytiin läpi vielä monta kertaa hioen ohjeita helposti ymmärrettäviksi. Ohjeisto hyväksyttiin PKAMK:n johtoryhmän kokouksessa elokuussa.

## 5.3 Graafisen ilmeen julkaisu ja henkilöstön perehdytys

Ilmeuudistuksen etenemistä seurattiin koko vuoden ajan kuukausittaisessa henkilöstön uutiskirjeessä. Helmikuun uutiskirjeessä tiedotettiin ilmeen suunnitteluprosessin alkamisesta ja lopulta syyskuun uutiskirjeessä ilmeen käyttöönotosta. Ensimmäisen kerran Karelia-ammattikorkeakoulun graafista ilmettä esiteltiin henkilöstölle strategiapäivässä 11.5.2012. Henkilöstö näki valitun ilme-ehdotuksen C ensimmäisen kerran. Markus Haataja esitteli logon ja kertoi sen taustasta. Myös logon versiot, tunnuskäsitteet, typografia ja graafinen elementti esiteltiin henkilöstölle.

Lukuvuoden avajaisissa 5.9.2012 Joensuun Taidemuseolla valmis ilme julkistettiin henkilöstölle ja sidosryhmille. Tilaisuuden sisältö kytkeytyi vahvasti nimenmuutoksen lanseeraukseen. Tilaisuudessa oli esillä seinäke Karelia-ilmeellä, graafinen ohjeisto tulosteena ja postikortteja, joilla tiedotettiin nimenmuutoksesta ja uudesta ilmeestä. Opiskelijoille uusi ilme esiteltiin 13.9. järjestetyssä Lehtiä Ilosaareissa -tapahtumassa, jossa oli myös esillä seinäke, vinyylibanderollit ja postikortit. Lisäksi toteutettiin postikorttien pohjalta julisteita, joita levitettiin kaikille kampuksille. Sidosryhmille ja opiskelijoille tiedotettiin ilmeen muutoksesta myös marraskuussa ilmestyneessä PKAMK.fi – lehdessä artikkelilla ”Tältä näyttää Karelia-amk”. Artikkelin koostui tekstikappaleesta, jossa esiteltiin logon taustatarina sekä kuvista, joilla esiteltiin ilmeen sovelluksia.



Marras- ja joulukuun aikana toteutettiin visuaalisen ilmeen esittely ammattikorkeakoulun keskusten henkilöstökokouksissa. Kokouksissa tiedottaja Eija Piiparinen esitteli logon ja sen tarinan. Sen jälkeen jatkoin esittelemällä ilmeen peruselementit – värit, typografian ja graafisen elementin. Esittelin käyntikortin ja esityspohjat esimerkkeinä ilmeen sovelluksista. Lopuksi kuulijoilla oli mahdollisuus esittää kysymyksiä ja antaa palautetta. Lisäksi pidettiin joulukuussa perusteellisempi koulutus keskusten suunnittelijoille, keskusten toimistohenkilökunnalle ja muille graafisia materiaaleja, kuten lehti-ilmoituksia ja esitteitä, suunnitteleville henkilöille. Koulutuksessa esittelin tarkasti logon käyttöä ohjeiston mukaisesti, oikean logoversion valintaa sekä värien käyttöä. Esittelin tarkemmin myös ilmeen sovellusten, kirjepohjan ja esityspohjan, käyttöä.

Karelia-ammattikorkeakoulun uusi ilme otettiin käyttöön ensimmäisenä osakeyhtiön virallisissa asiakirjoissa sekä hakumarkkinoinnissa, kuten Hakijan oppaissa ja messumateriaaleissa. Haku ensimmäisiin Karelia-ammattikorkeakoulussa tammikuussa 2013 alkaviin koulutuksiin oli 17.9.–2.10.2012, siksi markkinointimateriaalit syksyn hakua varten tehtiin Karelian visuaalisella ilmeellä. Varsinainen ilmeen julkistus tapahtui 2.1.2013, kun Karelia-ammattikorkeakoulun liput nostettiin salkoon ja ilmeen sovellukset otettiin käyttöön.

## 6 Arviointi

Projektin ensimmäiset kolme kuukautta katsoin projektia asiakkaan näkökulmasta, ja siirtyminen mainostoimistotyöskentelyyn olikin aluksi haastavaa. Opin kuitenkin näkemään projektin niin asiakkaan kuin suunnittelijankin silmin. Opin paljon mainostoimiston toiminnasta seuraamalla työskentelyä eri projektien parissa. Työskentely alan huippuammattilaisten kanssa antoi paljon ja Markuksen palaute suunnittelemistani ilmeen sovelluksista auttoi minua kehittymään suunnittelijana. Sain suunnittelijana paljon lisää rohkeutta. Esitin asiakkaalle sellaisiakin ratkaisuja, joita en uskonut heidän hyväksyvän. Opin myös ottamaan asiakkaan antaman palautteen paremmin vastaan.

Sovellusten toteuttamisessa oli monia haasteita, joita ei olisi osannut odottaa. Teknisiä haasteita oli esimerkiksi kirjepohjien, saatteiden ja muiden sähköisesti käytettävien materiaalien tuotannossa sähköiseen muotoon. Sähköiset pohjat testattiin, mutta ei riittävän kattavasti. Palautetta sähköisten pohjien liian suuresta tiedostokoosta ja teknisistä ongelmista on tullut ja niitä korjataan edelleen. Testaus ja toteutus olisivat kaivanneet parempaa suunnittelua. Sovellusten testausta loppukäyttäjillä olisi voinut tehdä kesken suunnitteluprosessin, kuten Loiri ja Juholin esittävät.

Myös kustannukset asettivat yllättävän suuria haasteita. Ensimmäisiä suunnittelemani kirjekuoria ei toteutettu, koska oman kirjekuoren painattaminen jokaiselle viidelle keskukselle olisi ollut liian kallis ratkaisu. Kustannusnäkökulma on graafisen suunnittelijan aina otettava huomioon ja sen huomioonottamista voin vielä omassa suunnittelussani kehittää. Toisaalta halusin tehdä suunnitteluratkaisuja, jotka ovat kustannuksiltaan hieman suuremmat, mutta antavat sovellukselle paljon laadukkaamman olemuksen. Esimerkiksi folderien ja todistuskansion kohdelakkaukset olivat tällaisia ratkaisuja.

Lisäksi vanhoja kirjekuoria ei haluttu jättää käyttämättä, vaan ne otettiin käyttöön Karelia-ammattikorkeakoulun logotarroilla. Sisä- ja ulkopasteista vaihdettiin vain välttämättömimmät eli logot. Vallitsevassa taloustilanteessa säästötoimet ovat ymmärrettäviä, mutta ne heikentävät visuaalisen ilmeen yhtenäisyyttä. Varsinkin vahvasti ulospäin näkyvissä kohteissa, kuten opasteissa ja autoteippauksissa, säästäminen johtaa viestien hajanaisuuteen. Niemisen ja Pohjolan mukaan visuaalisen ilmeen säilyminen yhtenäisenä on tärkeää kaikissa kohtaamispaikoissa. Jos visuaalinen ilme ei ole kaikissa kohtaamispaikoissa laadukas, ei kohderyhmän edustajalle voi muodostua tavoiteprofiilin mukaista mielikuvaa. Säästäminen voi koitua pitkällä aikavälillä kalliimmaksi. Yritys, jolla on selkeä imago, saa viesteilleen enemmän näkyvyyttä pienemmällä panoksella, kuten Jaskarikin toteaa.

## 6.1 Ilmeen peruselementit ja viesti

Karelia-ammattikorkeakoulun pääväriksi valittu vihreä on ammattikorkeakoulujen visuaalisissa ilmeissä paljon käytetty väri. Ilme-ehdotuksissa A ja B ehdotettu turkoosi olisi antanut enemmän erottuvuutta päävärinä. Vihreä kuitenkin viestii aluevaikuttavuutta. Se yhdistää ilmeen Pohjois-Karjalan metsiin. Keltaisen värin käyttö tapahtumavärinä sekä turkoosin ja harmaan käyttö korostusväreinä on ainutlaatuinen ratkaisu. Värien käyttö ratkaistiin erilailla kuin muilla ammattikorkeakouluilla, ja se tuo Karelialle lisää tunnistettavuutta.

Karelia-ammattikorkeakoulun tunnistettavuus parani myös hakumarkkinoinnin osalta. Karelia-ammattikorkeakoulun perusilme ja hakumarkkinoinnin ilme ovat lähempänä toisiaan kuin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoululla. Esimerkiksi yleisesite ja Hakijan opas ovat selkeästi tunnistettavissa saman korkeakoulun materiaaleiksi. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun ilmeeseen verrattuna tässä on tapahtunut selkeä parannus – PKAMK:n perus- ja hakumateriaaleissa ilme oli selkeästi poikkeava niin typografian kuin värienkin suhteen. Yleensä vain logo oli ainoa tunnistettava tekijä. Kyselyyn vastanneet toivoivat hakumarkkinoinnin ilmettä osaksi ohjeistoa. Markkinakampanjat ovat kuitenkin yleensä vaihtuvampia kuin ohjeiston muu materiaali, joten oli perusteltua jättää se pois ohjeistosta.

Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme on siis yhtenäisempi ja vastaa paremmin ammattikorkeakoulun identiteettiä kuin entinen ilme. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun ilme koettiin asialliseksi ja kuivaksi. Karelia-ammattikorkeakoulun identiteetin analysointi ja profilointi onnistuivat paremmin. Karelia-ammattikorkeakoulun ilme viestii ammattikorkeakoulun aluevaikuttavuutta ja edelläkävijyyttä. On toki mahdollista, että jatkossa ammattikorkeakoulun arvot ja visio muuttuvat – kuinka hyvin visuaalinen ilme silloin vastaa yrityksen identiteettiä?

Ei voida olla varmoja siitä, millainen imago Karelia-ammattikorkeakoululle muodostuu. Visuaalinen ilme on vain yksi tekijöistä, jotka vaikuttavat mielikuvan muodostumiseen. Pohjolan mukaan kokemukset ja kuulopuheet vaikuttavat imagoon. Siksi onkin tärkeää, että visuaalinen ilme nähdään Karelia-ammattikorkeakoulussa osana muuta viestintää. Esimerkiksi Karelia-ammattikorkeakoulun työelämälähtöisyys toteutuu usein konkreettisten yritysprojektien kautta, joissa opettajat ovat mukana. Niemisen mukaan jokaisessa kohtaamisessa sidosryhmien kanssa visuaalinen ilme, käyttäytyminen ja tila muodostavat kokonaisuuden, joka lähettää viestin. Henkilöstön aktivointi on siis tärkeää. Jokaisen työntekijän tulisi ymmärtää viestinnän merkitys.


## 6.2 Perehdytys ja graafinen ohjeisto

Henkilöstökokouksissa saamani palaute visuaalisesta ilmeestä ja sen sovelluksista on ollut pääasiassa positiivista. Koko henkilöstö sai mahdollisuuden osallistua prosessiin kommentoimalla ensimmäisiä ilme-ehtotuksia. Palautetta saatiin kaikista ammattikorkeakoulun keskuksista. Palautteella oli suuri merkitys visuaalisen ilmeen suunnitteluprosessissa. Koska henkilöstö sai antaa palautetta, visuaalinen ilme tukee tavoiteimagoa paremmin ja henkilöstö on ollut sitoutuneempi visuaalisen ilmeen käyttöön. Palautetta saatiin prosessin aikana henkilöstöltä helposti, mutta palautteesta saattoi huomata, ettei visuaalisen ilmeen ja ammattikorkeakoulun imagon merkitys ole selkeä koko henkilöstölle. Ilmettä arvioitiin usein henkilökohtaisten mielipiteiden perusteella, ei koko organisaation näkökulmasta. Palaute keskittyi visuaalisiin seikkoihin ja ilmeen välittämää viestiä oli arvioitu vähän.

Nykyorganisaatiossa koko henkilöstö on vastuussa visuaalisen ilmeen noudattamisesta ja viestinnästä. Pienistä asioista syntyy suuri kuva. Perehdytyksessä olisi voinut painottaa enemmän ilmeen taustaa, imagoa ja tavoitemielikuvaa, jotta niiden yhteys olisi selkeä kaikille. Hienoa oli, että perehdytykseen osallistuttiin runsaslukuisesti. Uusi visuaalinen ilme on lisännyt henkilöstön tietoisuutta siitä, miten tärkeä tyylikäs visuaalinen ilme on ammattikorkeakoululle. Jatkossa on tärkeää, että visuaalinen ilme ja sen lähtökohdat ovat osana uusien työntekijöiden perehdytystä.

Ilmeen julkistus ulkoisille sidosryhmille olisi voinut onnistua paremmin, jos se olisi suunniteltu yhdessä mainostoimiston kanssa. Ilmeen julkistusta olisi voinut ajatella ulkopuolisen silmin – missä, miten ja milloin sidosryhmän edustaja näkee uuden ilmeen, ja syntyykö kohtaamisista yhtenäinen kuva ilmeestä. Myös ilmeen lanseeraus opiskelijoille tehtiin melko pienin toimenpitein. Olisi mielenkiintoista selvittää, miten opiskelijat kokivat muutoksen ja tiedotettiinko muutoksesta tarpeeksi. Ilmeen näyttävämpi lanseeraus opiskelijoille olisi voinut toimia hyvänä imagon nostajana. Pohjolan mukaan kuulopuheet ovat yksi imagon muodostumisen peruste, ja opiskelijat välittävät muodostamaansa imagoa eteenpäin keskusteluissaan. Rakentamalla imagoa opiskelijoiden keskuudessa kehitetään myös ulospäin näkyvää imagoa.

Graafisesta ohjeistosta sekä visuaalisesta ilmeestä on tiedotettu aikaisempaa paljon paremmin. Uudessa graafisessa ohjeistossa ilmeen peruselementit on kuvattu paremmin ja sovelluksia on otettu mukaan laajemmin. Ohjeistoa noudattaen on selkeää ja helppoa suunnitella uusia sovelluksia. Ohjeisto on siis onnistunut Loirin ja Juholinin määritelmän mukaisesti. Graafinen ohjeisto tullaan toteuttamaan myös sähköisenä Viestinnän käsikirja -työnimellä kutsutuksi kokonaisuudeksi organisaation intranettiin. Kokonaisuus sisältää graafisen ohjeiston visuaalisten ohjeiden lisäksi teknisiä käyttöohjeita ja tilausohjeistusta. Sähköinen ohjeisto lisää helppokäyttöisyyttä.



Jatkossa onkin mielenkiintoista seurata, kuinka paljon yritysten visuaalinen ilme siirtyy verkkoon. Kyselyn vastaajat arvioivat, että vain tärkeimpiä tuotteita toteutetaan jatkossa painettuna. Suunnittelimistani sovelluksista suuri osa oli painettuja, mutta sähköinen käyttökin pyrittiin ottamaan huomioon mahdollisimman pitkälle, esimerkiksi saatteista ja kirjelomakkeista tehtiin sähköinen pohja. Jatkossa yrityksen visuaalinen ilme saattaa kuitenkin painottua yhä enemmän sähköiseen viestintään. On kiinnostavaa seurata miten laajasti perinteiset yritysgrafiikan osat, kuten käyntikortti, säilyvät käytössä.

Loppujen lopuksi Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme on onnistunut. Uuden ilmeen kohdalla onnistuttiin ratkaisemaan monet Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisessa ilmeessä, graafisessa ohjeistossa ja sen käytössä huomattavat ongelmat. Ilmeen monimuotoisuus mahdollistaa näkymisen uskottavana asiantuntijaorganisaationa sekä houkuttelevana opiskelupaikkana.



## 7 Pohdinta

Opinnäytetyöni lopputulos oli Karelia-ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto ja sen sisältämät visuaalisen ilmeen sovellukset. Suuressa organisaatiossa tarvittiin kuitenkin paljon graafista materiaalia. Jatkoin graafisen ohjeiston ulkopuolelle jääneiden ilmeen sovellusten toteuttamista projektiopintoina. Sovelluksia oli pieniä, esimerkiksi pysäköintilupakortit, sekä haasteellisia projekteja, kuten henkilöstön intranetin uuden ulkoasun suunnittelu.

Opinnäytetyöni on kehittänyt taitojani graafisena suunnittelijana ja se on antanut minulle tietoa yritysilmmeen hallinnasta. Hahmotan yritysilmmeen suunnitteluprosessin paremmin. Projektin aikana tein yhteistyötä niin mainostoimiston kuin asiakkaankin kanssa. Yhteistyötaidot ja kyky ymmärtää sekä asiakkaan että suunnittelijan näkökulmaa kehittyivät. Opin paljon suunnitteluratkaisujen perustelusta asiakkaalle. Projektin laajuus opetti minulle suuren projektin hallintaa.

Työskentelen nyt Karelia-ammattikorkeakoulun graafisena suunnittelijana. Vastaan graafisesta ohjeistosta ja suunnittelen visuaalisen ilmeen mukaisia tuotteita. Uskon että työpanokseni auttaa säilyttämään visuaalisen linjan yhtenäisenä. Toivottavasti voin myös vaikuttaa siihen, että ammattikorkeakoulun johto ja henkilöstö ymmärtää entistä paremmin visuaalisen ilmeen merkityksen ammattikorkeakoulun linjakkaassa viestinnässä.

Toivon, että minulla on työssäni mahdollisuus jatkaa yritysilmmeen suunnitteluprosessia seuraamalla ilmeen toimivuutta. On tärkeää kerätä tietoa siitä, millaista imagoa Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme viestii, onko ilmeen sovelluksissa onnistuttu ja miten niitä voisi edelleen kehittää toimivammiksi. Uuden ilmeen myötä Karelia-ammattikorkeakoulu muokkaa imagoaan hakijoiden ja yritys- sekä korkeakoulukumppaneiden keskuudessa. Uskon että uusi visuaalinen ilme tuo Karelia-ammattikorkeakoulun lähemmäksi tavoitemielikuvaa ja parantaa ammattikorkeakoulun vetovoimaa entisestään.

## Lähteet

Jaskari, P. (toim.), Klippi, Y., Markku, R., Rissanen, J., Rope, T., Suonperä, K., Taponen, A., Venkula, J. 2004. Design Management. Porvoo: Bookwell Oy. s. 14 - 18.

Loiri P. & Juholin E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Nieminen T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Pohjola J. 2003. Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

## Liitteet

Liite 1. Kysely Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistostosta.

Liite 2. Kysely Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen ehdotuksista.

Liite 3. Karelia-ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto

# Kysely Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalisesta ilmeestä ja graafisesta ohjeistosta

Visuaalinen ilme koostuu väreistä, typografiasta (kirjasintyytit ja niiden käyttö), graafisista elementeistä ja kuvamaailmasta. Ilmeen perusta on logo ja liikemerkki, jonka pohjalta muut graafiset materiaalit suunnitellaan. Graafinen ohjeisto on käytännön opas visuaalisen ilmeen vahvistamiseksi. Graafinen ohjeisto luo puitteet yhdenmukaiselle ilmeelle, joka kertoo yhtenäisesti johdetusta organisaatiosta ja sen ammatillisesta osaamisesta omalla toimialallaan.

Vastauksesi on tärkeä, koska kyselyvastaukset toimivat lähtökohtana Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen suunnittelulle. Vastathan ytimekkäästi.

Tavoitteena on, että uusi graafinen ohjeisto on laadukas ja toimiva, ja tukee Karelia-ammattikorkeakoulun kaikkea viestintää parhaalla mahdollisella tavalla.

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto ([linkki](#))

## **1. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme ja sen sovellukset**

Mitä mieltä olet PKAMK:n nykyisestä visuaalisesta ilmeestä (logo, typografia, graafiset elementit, kuvavaailma)?

Mikä siinä on hyvää?

Mikä huonoa?

### **Visuaalisen ilmeen sovellukset**

Graafisessa ohjeistossa on määritelty seuraavat graafiset materiaalit:

käyntikortti, virallinen kirjepohja, kirjelomake, todistusohjat, kirjekuori, saate, esityspohjat, esitteiden kannet, esitteiden sisäsivut, projektiesitteet, folder – kansio, julkaisusarjat, tiedotuslehti pkamk.fi, ilmoitukset, mainosvedokset, roll upit, messut ja tapahtumat, lippu ja viiri, ulko-opasteet ja autoteippaukset.

Minkä tuotteen visuaalinen ilme on erityisen onnistunut ja miksi?

Oletko huomannut ongelmia jonkin tuotteen/tuotteiden visuaalisessa ilmeessä?

Jos kyllä, millaisia ongelmia?

### **Pkamk.fi**

Pkamk.fi -nettisivut uusittiin vuoden 2010 lopulla. Mitä mieltä olet www-sivujen nykyisestä ulkoasusta?

### **Opiskelijarekrytöinnin kampanjailme**

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun opiskelijarekrytöintiin on kuulunut vuodesta 2009 alkaen vuosittain vaihtuva kampanjailme teemalla ”Tosi paljon, tosi lähellä”. Vuonna 2012 kampanjan viesti on viisi perustelua valita PKAMK: laadukas opetus, yrittäjyys- ja työelämäkontaktit, kansainvälisyys, osaava opinto-ohjaus sekä viihtyisä opiskelijakaupunki Joensuu. Kampanjailme näkyy mm. pkamk.fi -sivujen Hakijalle-osiossa, TosiJuttu -lehdessä ja oppaissamme (Hakijan opas, Applicant’s Guide sekä venäjänkielinen hakuopas).

Mitä mieltä olet PKAMK:n opiskelijarekrytöinnin kampanjailmeestä?

Mikä siinä on hyvää?

Mikä huonoa?

### **2. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto**

PKAMK:n graafinen ohjeisto sisältää ohjeistuksen logon, liikemerkin ja yritystunnuksen käytöstä sekä muita yleisiä graafiseen käyttöön liittyviä ohjeita. Ohjeistoa noudatetaan kaikissa Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun graafiseen suunnitteluun liittyvissä yhteyksissä. Tärkeää on, että kaikki PKAMK:ssa viestinnän tehtävissä työskentelevät henkilöt tiedostavat ohjeiston merkityksen, tuntevat ohjeiston ja osaavat hyödyntää sitä jokapäiväisessä työssään.

Ohjeisto löytyy sähköisenä pkamk.fi -sivuilta sekä intranetistä. Ohjeisto on jaettu keskuksiin myös cd-levyllä, muistitikulla ja tulostettuna.

#### **2a) Graafinen ohjeisto osana viestintää ja ohjeistosta tiedottaminen**

Miten graafinen ohjeisto tukee ammattikorkeakoulun yhtenäistä graafista ilmettä ja viestintää?

Graafisen ohjeiston tulee opastaa ilmeen soveltamista kaikkialla, missä amk kohtaa kohderyhmät (opiskelemaan hakevat, kumppanit ja sidoryhmät, opiskelijat ja henkilöstö).

Opastaako ohjeisto tarpeeksi kaikkia kohderyhmiä ajatellen?

Jos ei, niin minkä ryhmän/ryhmien tarpeet pitäisi huomioida paremmin?

Millä tavalla?

Löydätkö graafisen ohjeiston helposti, kun tarvitset sitä?

Millaisessa muodossa ohjeisto ja graafiset materiaalit olisivat mielestäsi käyttökelpoisimpia?

Onko ohjeiston käytöstä tiedotettu/ohjeistettu tarpeeksi?

Mitä ohjeiston käytöstä pitäisi tiedottaa henkilökunnalle? Miten?

Noudatetaanko ohjeistoa mielestäsi yleisesti tarpeeksi hyvin?

Jos ei, mikä edistäisi sitoutumista ohjeiston käyttöön?

## **2b) Graafisen ohjeiston käytettävyys työssäsi**

Oletko käyttänyt graafista ohjeistoa?

Jos kyllä, miten usein käytät ohjeistoa ja/tai graafisia materiaaleja?

Graafisessa ohjeistossa on ohjeistettu seuraavat graafiset materiaalit: käyntikortti, virallinen kirjepohja, kirjelomake, todistusohjat, kirjekuori, saate, esityspohjat, esitteiden kannet, esitteiden sisäsivut, projektiesitteet, folder – kansio, julkaisusarjat, tiedotuslehti pkamk.fi, ilmoitukset, mainosvedokset, roll upit, messut ja tapahtumat, lippu ja viiri, ulko-opasteet ja autoteippaukset.

Mitä graafisia materiaaleja olet tarvinnut työssäsi ja missä asiayhteydessä?

Millä tietokoneohjelmilla hyödynnät graafisia materiaaleja?

Onko ohjeistossa ohjeistettu tarpeeksi em. materiaalien käyttöä?

Onko ohjeisto jossakin kohtaa liian tarkka tai liian väljä?

Mitä materiaaleja ei jatkossa enää tarvita?

Mitä uusia tuotteita tarvittaisiin?

Miten graafinen ohjeisto ja graafiset materiaalit ovat tukeneet sinun työtäsi?

Miten ne voisivat tukea työtäsi paremmin?

### **Avoin palaute:**

Jos sinulla on kysyttävää voit ottaa yhteyttä:

Salla Anttila  
harjoittelija, Opiskelijapalvelut  
salla.anttila@pkamk.fi  
puh. 050 315 6562

Kiitos vastauksestasi!

## Kysely Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen ehdotuksista

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu vaihtaa yhtiömuotonsa osakeyhtiöksi Joensuun kaupungin liikelaitoksesta. PKAMK aloittaa toimintansa Karelia-ammattikorkeakouluna vuoden 2013 alusta.

Visuaalisen ilmeen suunnittelu Karelia-ammattikorkeakoululle on aloitettu Mainostoimisto Fabrik Oy:ssä. Olen opinnäytetyötä tekevä PKAMK:n graafisen suunnittelun opiskelija ja olen mukana visuaalisen ilmeen suunnittelutiimissä. Toteutan projektin läpivientiä ja suunnittelen graafisia materiaaleja Karelia-ammattikorkeakoululle mainostojen ohjauksella.

Vastauksesi on tärkeä, että saamme myös opiskelijoiden edustajien mielipiteen Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen ehdotuksesta.

Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Käsittelen kyselyn tuloksia opinnäytetyössäni, mutta vastaajat pysyvät nimettöminä ja kyselyvastaukset ovat opinnäytetyöraportin liitteinä ei-julkisia asiakirjoja.

**1. Mikä adjektiivi sinulle tulee ensimmäisenä mieleen Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen ehdotuksesta A?**

**Mikä adjektiivi sinulle tulee ensimmäisenä mieleen visuaalisen ilmeen ehdotuksesta B?**

**2. Minkä tunteen Karelia-ammattikorkeakoulun visuaalisen ilmeen ehdotukset herättävät sinussa päällimmäisenä?** Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto tai kirjoita oma vaihtoehto.

Iloinen  
Tyytyväinen  
Kiinnostunut  
Väsynyt  
Hermostunut  
Tylsistynyt  
Ärtynyt  
Muu, mikä?



**3. Miten seuraavat adjektiivit kuvaavat mielestäsi visuaalisen ilmeen ehdotusta A?**

Erittäin hyvin – melko hyvin – melko huonosti – erittäin huonosti  
– en osaa sanoa

Trendikäs  
Vetovoimainen  
Edelläkävijä  
Yhteisöllinen  
Vanhanaikainen  
Sekava  
Laadukas  
Konservatiivinen  
Pohjoiskarjalainen  
Helposti lähestyttävä  
Vakuuttava  
Selkeä  
Innovatiivinen  
Asiallinen  
Mieleepainuva  
Uskottava

**4. Miten seuraavat adjektiivit kuvaavat mielestäsi visuaalisen ilmeen ehdotusta B?**

Erittäin hyvin – melko hyvin – melko huonosti – erittäin huonosti  
– en osaa sanoa

Trendikäs  
Vetovoimainen  
Edelläkävijä  
Yhteisöllinen  
Vanhanaikainen  
Sekava  
Laadukas  
Konservatiivinen  
Pohjoiskarjalainen  
Helposti lähestyttävä  
Vakuuttava  
Selkeä  
Innovatiivinen  
Asiallinen  
Mieleepainuva  
Uskottava

**5. Miten seuraavat adjektiivit kuvaavat mielestäsi ilme-  
ehdotusten värejä?**

Raikas  
Energinen  
Kulunut, käytetty  
Miellyttävä  
Laimea  
Lämmin  
Tunkkainen  
Huomiota herättävä  
Kiinnostava  
Muodikas

**6. Miten seuraavat adjektiivit kuvaavat mielestäsi kirjasin-  
tyyppejä eli fontteja?**

Vanhanaikainen  
Selkeä  
Helposti lähestyttävä  
Asiallinen  
Tavanomainen  
Mielenkiintoinen  
Ajaton  
Miellyttävä  
Sekava  
Luotaan työntävä  
Muodikas  
Kuiva

**7. Mitä Karelia-ammattikorkeakoulun logoehdotus A mielestäsi  
viestittää?**

**8. Mitä Karelia-ammattikorkeakoulun logoehdotus B mielestäsi  
viestittää?**

**9. Jos Karelia-ammattikorkeakoulu olisi ihminen, millainen hän  
olisi?**

**10. Vertaile visuaalisen ilmeen ehdotuksia A ja B. Kumpi olisi sopi-  
vampi ilme Karelia-ammattikorkeakoululle ja miksi?**

Avoin palaute visuaalisen ilmeen ehdotuksista. Vastaathan perustellen ja rakentavasti.

**Avoin palaute visuaalisesta ilmeestä:**

Jos sinulla on kysyttävää voit ottaa yhteyttä:

Salla Anttila  
harjoittelija, Opiskelijapalvelut  
salla.anttila@pkamk.fi  
puh. 050 315 6562

Kiitos vastauksestasi!



# graafinen ohjeisto

## ILMEEN PERUSELEMENTIT

---

### 3 Tiivistelmä

---

### 4 Logo

---

- 4 tarina
  - 5 vakioversiot | väri
  - 6 vakioversiot | musta
  - 7 vakioversiot | nega
  - 8 suoja-alue
  - 9 logojen käyttö
- 

### 12 Värit

---

- 13 värien käyttö
- 

### 14 Typografia

---

- 15 kirjaintyyppien käyttö
- 

### 16 Graafiset elementit

---

- 16 kuosit
  - 17 kuosien käyttö
  - 19 yhteystietoelementti
  - 20 nostopallo
- 

### 21 Kuvamaailma

---

## ILMEEN SOVELLUKSET

---

### 22 Tiivistelmä

---

### 23 Lomakkeisto

---

- 23 käyntikortti
  - 24 kirjelomake
  - 25 kirjekuoret
  - 26 saatelomake
  - 27 yleis- ja tapahtumafolderi
  - 28 todistus pohja ja -kansio
  - 29 tiedote pohjat
  - 30 sähköpostin allekirjoitus
- 

### 31 Julkaisut

---

- 31 julkaisusarjat
  - 32 esitemallit
  - 33 esitepohjat
- 

### 34 Esitykset

---

- 34 esityspohjat
  - 35 kuvien käyttö esityspohjissa
- 

### 36 Verkkopalvelu

---

### 37 Lehti-ilmoitukset

---

- 38 projekti- ja kannatusilmoitus
- 

### 39 Messut

---

### 41 Ulkotilat

---

- 41 opasteet, valomainokset
- 42 lippu, standaari
- 43 autot



tunnus

+



pääväri

+

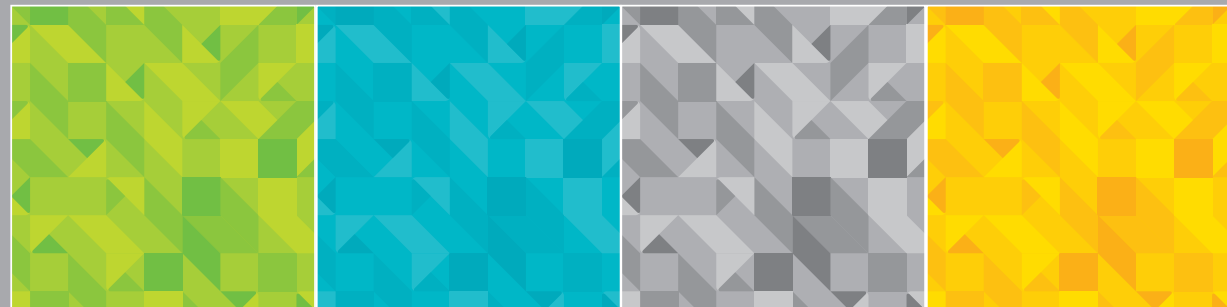


apuvärit



typografia

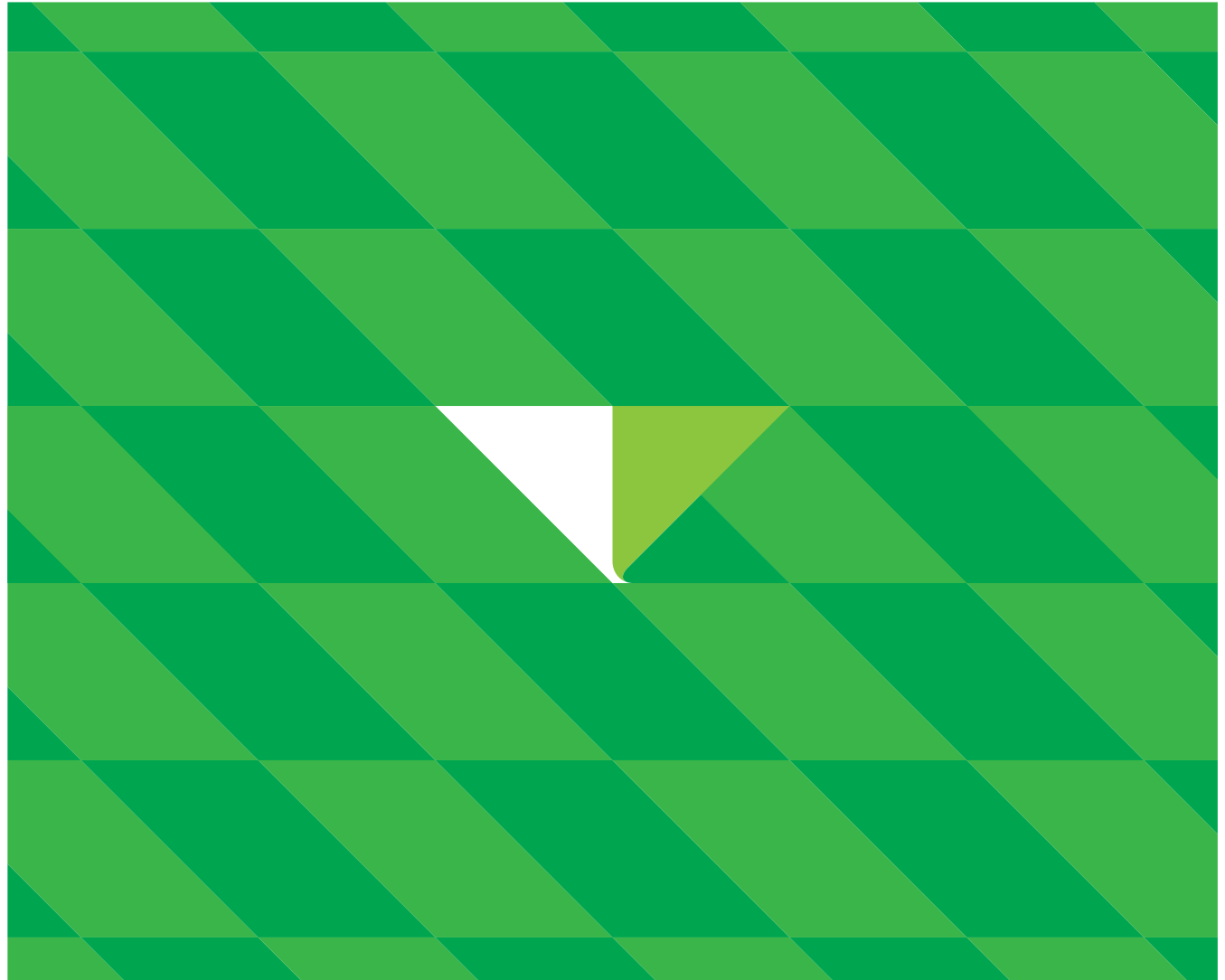
+



kuosit

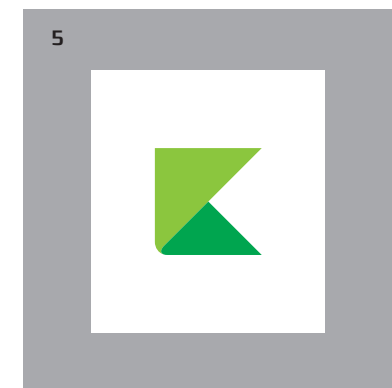
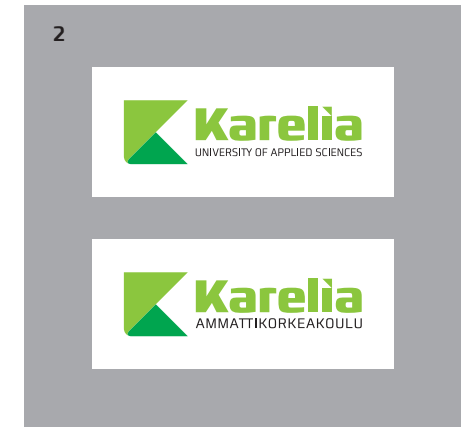
Karelia-ammattikorkeakoulun logon merkki-osa muodostuu suunnikkaasta, joka on käännetty K-kirjaimen muotoon. Uuden puolen esiin kääntäminen symbolisoi Karelia-ammattikorkeakoulun roolia elämän taitekohdassa. Korkeakoulututkinnon myötä siirrytään nuoruudesta aikuisuuteen, opiskeluista työelämään, harrastelijasta ammattilaiseksi, ammatista toiseen. Toisaalta opiskeluaika avaa ovia muuallekin kuin luokahuoneisiin ja antaa paljon muutakin kuin tutkintonimikkeen. Opin-  
tojen yhdistämänä solmitaan työ-, ystävyys- ja parisuhteita, jotka kestävät läpi elämän.

Jokaiselle Kareliaan opiskelemaan pyrkivälle motiivi hakemiseen on yksilöllinen. Ainoa yhdistävä asia on se, että tähtäin on tutkintotodistusta pitemmällä. Karelia-ammattikorkeakoulu on hakijalle välietappi, ponnahduslauta matkalla henkilökohtaiseen tavoitteeseen. Mitä paremmat eväät opiskeluaika tarjoaa, sitä pitemmälle hakija matkallaan pääsee. Niin ammatillisesti kuin muutenkin.

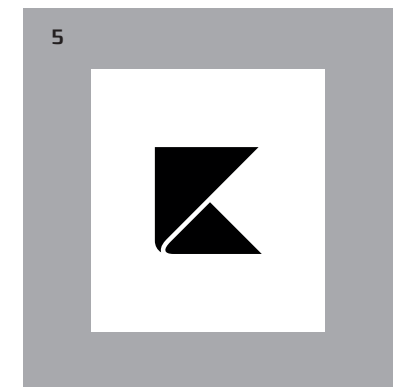
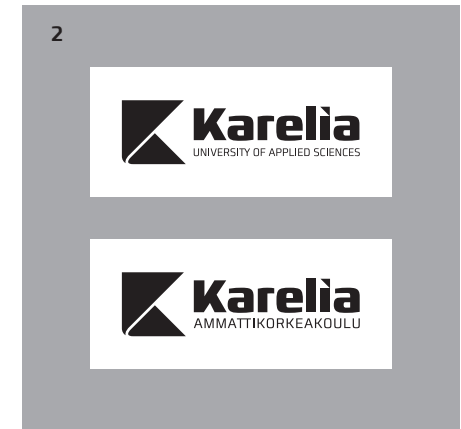


Karelia-amk:n vaaka- ja pystytunnus (1 ja 3) muodostuvat merkiosasta (5) ja logotyypistä (6). Vaaka- ja pystytunnuksista on myös seliteversiot (2 ja 4).

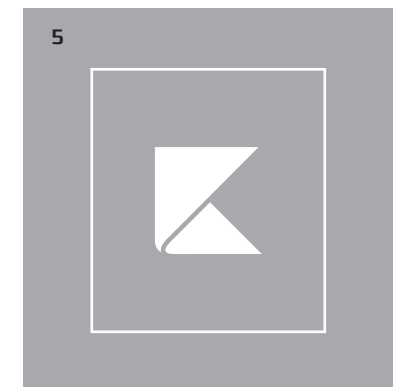
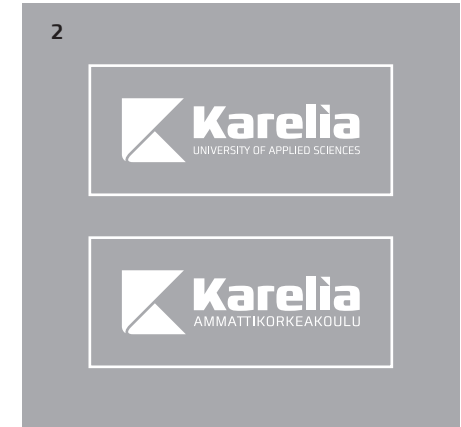
Versioista on myös yksivärimuunnokset mustana ja valkeana. Lisäksi väri-versioista on myös omat sanomalehtikäyttöön optimoidut muunnokset. Karelian logoja ei saa käyttää muissa muodoissa. Logoista käytetään vain valmiita originaalitiedostoja.



Karelia-amk:n logoista on myös yksiväri-versi-  
ot mustana. Logoista käytetään vain valmiita  
originaalitiedostoja.

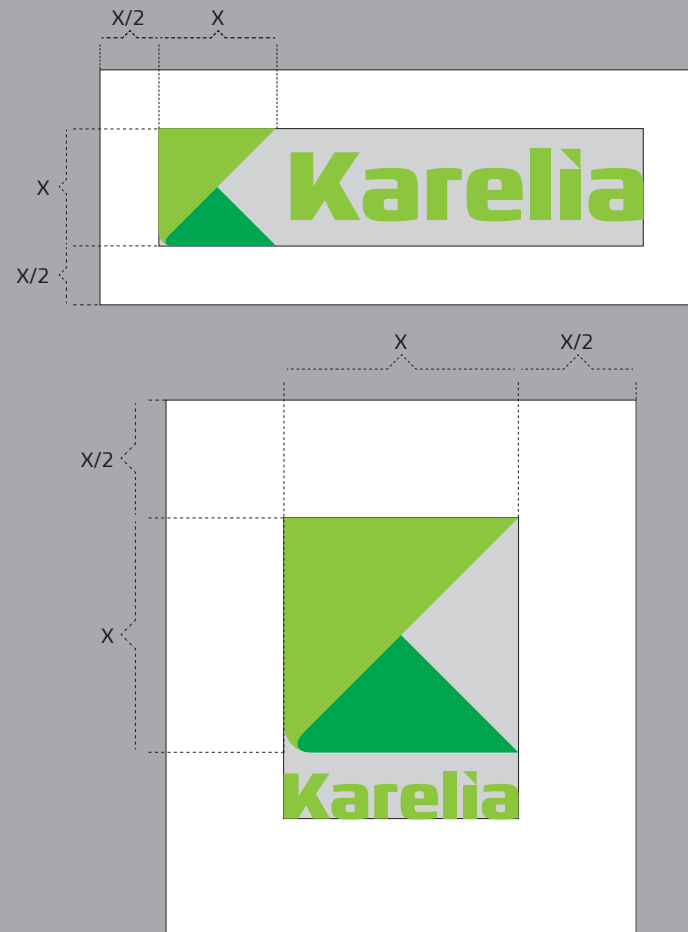


Karelia-amk:n logoista on myös yksiväri-versi-  
ot valkeana. Logoista käytetään vain valmiita  
originaalitiedostoja.



Logon ympärille jätetään runsaasti tyhjää tilaa, jotta yleisvaikutelma on ilmava. Minimitalaksi on määritelty suoja-alue, jonka sisään ei saa asemoida muita logoja tai logoon kuulumatonta tekstiä. Suoja-alue on joka suuntaan puolet merkkiosan koosta.

Suoja-alue mitataan samalla tavalla kaikissa logoversioissa.





Logoversioista käytetään ensisijaisesti värikköistä vaakatumusta valkealla pohjalla [1]. Mikäli vihreä väri halutaan tuoda esiin voimakkaammin voidaan käyttää negatumusta vihreällä pohjalla [2].

Pystytumusta ja seliteversiota voidaan käyttää tarvittaessa. Selitteen ei kuitenkaan aina tarvitse olla tunnuksen yhteydessä. Se voidaan sommitella näkyviin myös perustekstinä. Tällöin on mahdollista käyttää suomi- ja englanti-selitettä yhtäaikaan [katso sivu 23].

Logoversioita voidaan käyttää myös kuvan päällä, mikäli kuvapohja on tarpeeksi rauhallinen ja kontrasti tunnuksen ja pohjan välillä on riittävä [3]. Jos kuvapohja on sekava tai väreiltään liian lähellä tumusta, logoversiot eivät näytä hyvältä, vaikka ne olisivatkin luettavissa.

1



2



3



4



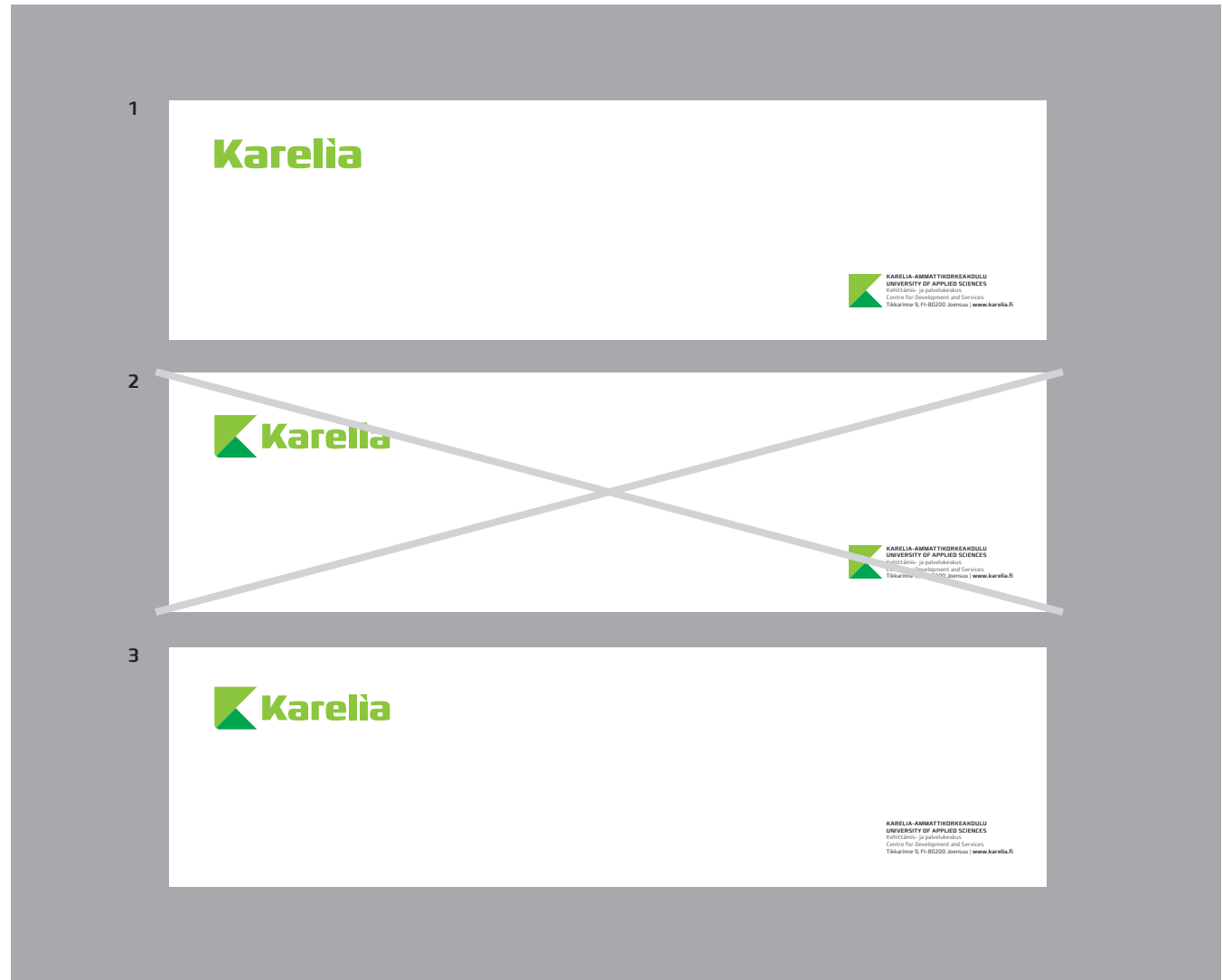
Negatunnusta ei tule käyttää keltaisen eikä turkoosin kuosin päällä [1].

Vaikka logotyyppin ja merkkiosan voi erottaa toisistaan, niitä ei voi asemoidaan lähelle toisiaan logomaisesti peruslogoversioista poikkeavalla tavalla [2].



Merkkiosaa ja logotyyppiä voidaan käyttää myös irrallaan toisistaan. Esim. silloin, kun merkkiä käytetään osana yhteystietoelementtiä (1, katso yhteystietoelementti sivulta 19). Niiden tulisi kuitenkin esiintyä molempien samassa kokonaisuudessa. Poikkeustapauksissa merkkiä voi kuitenkin käyttää myös itsenäisesti, ilman logotyyppiä. Esim. lipussa, joissa ilme halutaan esittää mahdollisimman selkeässä muodossa (katso sivu 40).

Merkkiosa ei voi toistua yhtä aikaa kokonaisen tunnuksen kanssa samassa näkymässä (2).



Karelia-ammattikorkeakoulun väripaletti koostuu logosta johdetuista vihreistä, turkoosin sävyistä sekä neutraalista harmaasta.

Näiden sävyjen lisäksi on oma lämpimän keltainen tunnusväriskaala Karelia-amk:n tapahtumille.

Väriarvot eivät ole absoluuttisia, vaan kulloinkin tulee ottaa huomioon median erityispiirteet ja rajoitukset.

PMS  
**376 C**  
CMYK  
**50 0 100 0**  
Sanomalehti CMYK  
**40 0 100 0**  
RGB  
**122 184 0**

PMS  
**355 C**  
CMYK  
**100 0 100 0**  
Sanomalehti CMYK  
**90 0 100 0**  
RGB  
**0 155 58**



CMYK <b>30 0 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>20 0 100 0</b> RGB <b>200 211 0</b>	CMYK <b>40 0 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>30 0 100 0</b> RGB <b>175 202 11</b>	CMYK <b>50 0 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>40 0 100 0</b> RGB <b>149 193 31</b>	CMYK <b>60 0 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>50 0 100 0</b> RGB <b>118 184 42</b>
---	--	--	--

CMYK <b>70 0 21 0</b> Sanomalehti CMYK <b>65 0 21 0</b> RGB <b>41 184 204</b>	CMYK <b>80 0 24 0</b> Sanomalehti CMYK <b>75 0 24 0</b> RGB <b>0 174 196</b>	CMYK <b>90 0 27 0</b> Sanomalehti CMYK <b>85 0 27 0</b> RGB <b>0 165 188</b>	CMYK <b>100 0 30 0</b> Sanomalehti CMYK <b>95 0 30 0</b> RGB <b>0 156 180</b>
--	---	---	--

CMYK <b>0 0 0 25</b> Sanomalehti CMYK <b>0 0 0 15</b> RGB <b>208 208 208</b>	CMYK <b>0 0 0 37</b> Sanomalehti CMYK <b>0 0 0 27</b> RGB <b>184 184 184</b>	CMYK <b>0 0 0 49</b> Sanomalehti CMYK <b>0 0 0 39</b> RGB <b>159 159 159</b>	CMYK <b>0 0 0 61</b> Sanomalehti CMYK <b>0 0 0 51</b> RGB <b>133 133 133</b>
---	---	---	---

Karelia-ammattikorkeakoulun tapahtumat erottuvat oman keltaisen värimaailman avulla perusilmeestä.

CMYK <b>0 10 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>0 4 100 0</b> RGB <b>255 221 0</b>	CMYK <b>0 18 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>0 10 100 0</b> RGB <b>255 208 0</b>	CMYK <b>0 26 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>0 16 100 0</b> RGB <b>253 193 0</b>	CMYK <b>0 34 100 0</b> Sanomalehti CMYK <b>0 24 100 0</b> RGB <b>250 178 0</b>
--	---	---	---

Karelia-amk:n värejä käytetään vihreävoitoisesti. Värejä ei käytetä minkään yksikön tunnusvärinä. Turkoosia pyritään käyttämään pieninä määrinä huomiövärinä. Keltaista ei käytetä muuten kuin tapahtumiin liittyen.

**Karelia**

Haemme hoitotyön koulutusohjelmaan

**Tutkimus- ja menetelmäopintojen yliopettajaa**

määräaikaiseen sijaisuuteen

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean tristique, lacus ut laoreet iaculis, risus velit lobortis ipsum, in malesuada eros arcu eu turpis.

Nullam vel mi dignissim tortor consectetur semper sed ut arcu. Pellentesque ut mi sit amet justo imperdiet scelerisque non sit amet lectus.

**Lisätietoja:** Nam egestas diam nec lacus congue fermentum. Curabitur nisi dui, ultrices vel iaculis.

Aenean interdum lacus quis dui fringilla sed fermentum ligula dignissim. Aenean tristique, lacus ut laoreet iaculis, risus velit lobortis ipsum.

**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
Kehittämisen- ja palvelukeskus, rehtorin toimisto  
Tikkari 9, 80200 Joensuu

[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

**HAEMME NYT!**

Esimerkki Karelia-amk:n perusilmeen mukaisesta värien käytöstä lehti-ilmoituksessa. Perusväri on voimakkaasti vihreä, jolloin ilmoituksen tunnistaa selvästi Kareliaksi. Turkoosi nousee hyvin esiin, jos sitä ei käytetä ilmeessä liian suurina määrinä.

**Karelia**

Karelia-ammattikorkeakoulu on monialainen ja kansainvälinen korkeakoulu. Ammattikorkeakoulussa on 22 koulutusohjelmaa seitsemällä koulutusosalalla. Opiskelijoita on n. 4000 ja päätoimista henkilökuntaa 400.

Järjestämme

**Bioenergiaseminaarin**

23.-27.5.2012  
Joensuussa, Sirkkalantie 12 B

Aliquam nec egestas enim. Morbi porta varius augue ut ultrices. Vivamus a dolor sit amet purus adipiscing fringilla vel id urna. Duis pellentesque mollis dictum. Donec in risus mauris. Nunc pharetra malesuada neque, at luctus erat porta dictum.

**Maecenas lacus magna, lacinia et adipiscing et, elementum sit amet neque. Sed nulla velit, pretium vel consectetur ac, consectetur at dui. Nam vestibulum tempor.**

**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
Biotalouden keskus  
Sirkkalantie 12 B, 80200 Joensuu

[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

**LISÄTIETOA OSOITTEESTA:**  
[www.karelia.fi/bioenergia](http://www.karelia.fi/bioenergia)

Esimerkki värien käytöstä Karelia-amk:n järjestämän tapahtuman lehti-ilmoituksessa. Keltainen pohja erottuu selvästi perusilmoittelusta ja vihreä logo ja www-osoite sekä turkoosi otsikko nousevat halutusti esiin.

Karelia-ammattikorkeakoulun typografia perustuu kahteen eri tyyppiseen kirjainperheeseen. Francker on uusi, omaperäinen ja personoiva tekstityyppi. Constantia taas on tekstityyppinä klassinen ja yleisesti käytettävissä oleva. Kirjaintyyppien johdonmukainen käyttö rakentaa ilmettä kaikessa kirjoitetussa viestinnässä.

**Francker & Constantia**

A R V O K A S

**VANHA**

aa

Luettava & yleisesti käytettävissä

Карелии / Карелии

**Personoiva & huomiota herättävä**

**kontrasti** kontrasti

## 1. Francker-tekstityyppiä käytetään

- vain työasemilla, johon fontti on erikseen ostettu
- vain kaikkein näkyvimmissä viestinnässä (edellisestä johtuen)
- otsikoissa ja lyhyissä teksteissä
- myös venäjänkielissä teksteissä

## 2. Constantia-tekstityyppiä käytetään

- toimisto-ohjelmissa esim. PowerPointesityksissä ja kirjelomakkeissa (Constantia löytyy kaikista työasemista, joissa on Windows Vistaa uudempi käyttöjärjestelmä tai MS Office 2007 uudempi Office-ohjelmisto)
- pitkissä teksteissä
- myös venäjänkielissä teksteissä

CONSTANTIA  
regular

FRANCKER  
CONDENSED  
extra bold

FRANCKER  
CONDENSED  
medium

FRANCKER  
CONDENSED  
light

**Karelia**

Haemme hoitotyön koulutusohjelmaan

**Tutkimus- ja menetelmäopintojen yliopettajaa**

määräaikaiseen sijaisuuteen

HAEMME NYT!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean tristique, lacus ut laoreet iaculis, risus velit lobortis ipsum, in malesuada eros arcu eu turpis.

Nullam vel mi dignissim tortor consectetur semper sed ut arcu. Pellentesque ut mi sit amet justo imperdiet scelerisque non sit amet lectus.

**Lisätietoja:** Nam egestas diam nec lacus congue fermentum. Curabitur nisi dui, ultrices vel iaculis.

Aenean interdum lacus quis dui fringilla sed fermentum ligula dignissim.

**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
Kehittämisen- ja palvelukeskus, rehtorin toimisto  
Tikkariinne 9, 80200 Joensuu

[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

FRANCKER  
CONDENSED  
extra bold

CONSTANTIA  
regular

FRANCKER  
CONDENSED  
bold

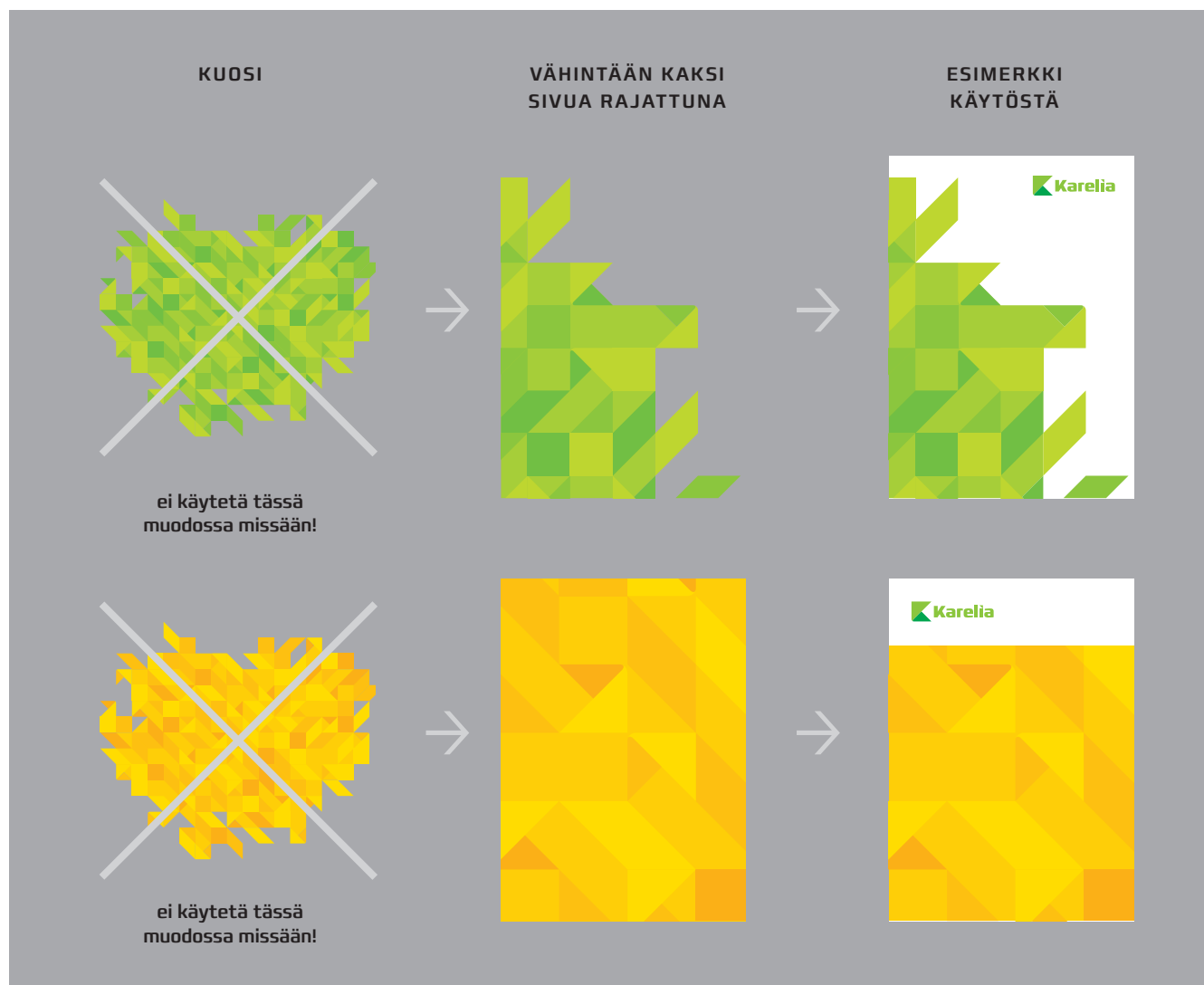
Karelia-amkin ilme rakentuu vahvasti graafisten kuosien avulla. Kuosi koostuu logon K-kirjaimista, suunnikkaista, neliöistä ja näiden väliin jäävistä tiloista.



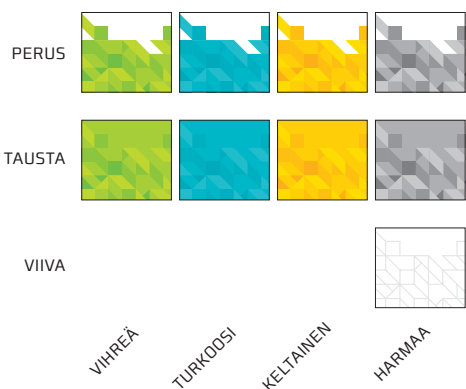


Kuosien diagonaalien linjojen ja muodon avulla voi rikkoa ilmeessä staattisia pysty- ja vaakalinjoja. Kuoseja ei kuitenkaan ole pakko käyttää kaikissa ilmeen sovelluksissa.

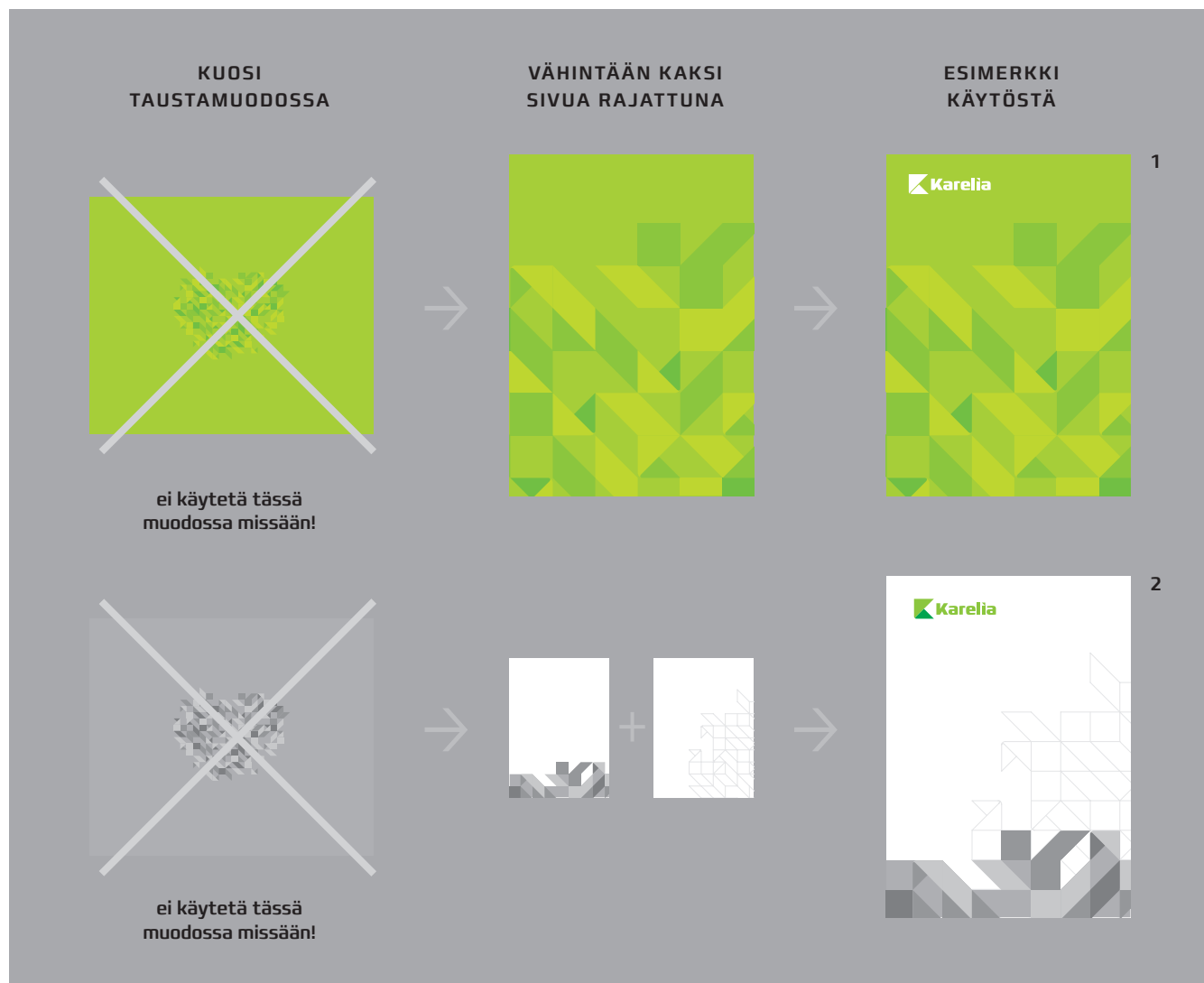
Kuosi on suunniteltu reunoiltaan epämääräiseksi, jolloin elementin eri reunoja voidaan hyödyntää sommittelussa. Tämä luo ilmeeseen elävyyttä. Elementtiä ei koskaan käytetä kokonaisena, vaan se tulee aina rajata vähintään kahdelta sivulta.



Kuosista on yhdeksän valmista versiota. Versiot löytyvät neljässä eri värissä; vihreä, turkooosi, keltainen ja harmaa. Jokainen väri löytyy kahdessa eri muodossa; ilman taustaa (perus) ja taustan kanssa (tausta). Lisäksi harmaasta on hienovarainen vaalea viiva-versio (viiva).



Kuoseilla voi tarvittaessa rakentaa voimakkaampia [1] tai hillitympiä kokonaisuuksia [2].



Karelia-ammattikorkeakoulun yhteystiedot pyritään esittämään kaikessa viestinnässä samantyyllisesti. Yhteystietojen huomioarvoa voidaan lisätä Karelia-tunnuksen merkiosalla.

Merkkiosaa ei kuitenkaan tarvitse aina käyttää yhteystietojen yhteydessä. Mikäli merkiosa esiintyy jo muutenkin tunnuksessa samassa näkymässä, ei sitä tule käyttää yhteystietojen kanssa [katso sivu 11].



**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
**UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**

Kehittämis- ja palvelukeskus  
Centre for Development and Services  
Tikkariinne 9, FI-80200 Joensuu | [www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
**UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**

Kehittämis- ja palvelukeskus  
Centre for Development and Services  
Tikkariinne 9, FI-80200 Joensuu | [www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

**KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**

Kehittämis- ja palvelukeskus, rehtorin toimisto  
Tikkariinne 9, 80200 Joensuu

**FRANCKER  
CONDENSED**  
medium, all caps, 100% musta

**FRANCKER  
CONDENSED**  
light, 80% musta

**FRANCKER  
CONDENSED**  
light, 100% musta

**FRANCKER  
CONDENSED**  
medium, 100% musta

Karelia-ammattikorkeakoulun ilmeessä voidaan hyödyntää palloelementtiä. Sen avulla lyhyitä tekstejä voidaan erottaa ja nostaa muusta tekstimassasta esiin. Pyöreä muoto on hyvä kontrasti kuosien kulmikkuudelle.

Pallossa käytetään hienovaraista, joka suuntaan saman kokoista, varjoa tai hohtoa. Efektin voimakkuus säädetään taustan mukaan sopivaksi. Pallo on väriltään valkoinen (1 ja 2) tai pohjavärin kanssa saman sävyinen (3 ja 4).



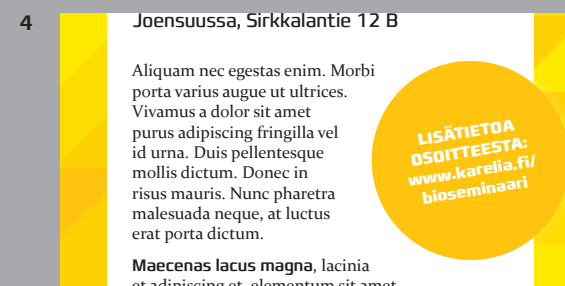
Varjon asetukset  
esimerkiksi

väri: musta

opasiteetti: 30%

etäisyys: 0 mm

koko: 3 mm



Karelia-ammattikorkeakoulun kuvamaailman tulee olla nuorekasta ja raikasta. Kohderyhmän ikäisten ihmisten esiintyminen kuvissa on tärkeää, mutta opiskelijakuville ominaisia kliseitä on hyvä pyrkiä kuvavalinnoissa ja kuvaussuunnitelmissa välttämään.

Kuvia voidaan yhdistää kuosin kanssa. Kuvia käytetään ilmeessä ilman graafista elementtiäkin [1].

Kuvien ihmisille on hyvä miettiä selvä tehtävä, jolloin ne ovat uskottavampia. Tämä onnistuu hyvin esim. opiskelijan tai alumnin kommentin tai suosittelun kautta [2].



2



**Karelia-amk:sta sain erinomaiset eväät työhöni. Oli hienoa päästä tekemään tuotantoja oikeille asiakkaille. Olin mm. tekemässä Suomen ensimmäistä mobiilia tapahtumapasta Ilosaarirockille.**

**TERO HYTTINEN, TOIMITUSJOHTAJA, EFILON OY**



Karelia-ammattikorkeakoulun käyntikortin koko on 90 x 50 mm. Etupuolelle [1] sijoitetaan yhteystiedot mallin mukaan suomeksi ja englanniksi. Yläosa on varattu henkilön tiedoille ja alaosa yhteystietoelementille.

Projektien ja hankkeiden henkilöstön käyntikorteissa logot sijoitetaan käyntikortin kääntöpuolelle [2]. Logot sijoitetaan valkoiselle alueelle ja Karelia-ammattikorkeakoulun logotyyppi sijoitetaan vihreän kuusin päälle. Logotyypin tulee olla suurempi kuin hankelogojen.



Karelia-ammattikorkeakoulun tekstidokumentit tehdään kirjelomakkeelle. Kirjelomake on sähköinen ja tarvittaessa esipainettu.

Jos lomakkeeseen lisätään muita tunnuk-sia, ne tulee sijoittaa lomakkeen alareunaan vasemmalle. Yhteystietoelementin yläpuolelle tulee kuitenkin jättää riittävä tila.





Kirjekuorien koot ovat C5 ja E4, ikkunallinen ja ikkunaton kirjekuori.



Saatelomake on saatavilla kunkin keskuksen yhteystietoelementillä. Painetut saatelomakkeet toteutetaan liimattuna lehtiönä.

**Karelia**

13.5.2012

Liitteitä | Attachments 2 kpl/pcs.

- Tiedoksi | For your information
- Toimenpiteitä varten | For your action
- Hyväksyttäväksi | For approval
- \_\_\_\_\_

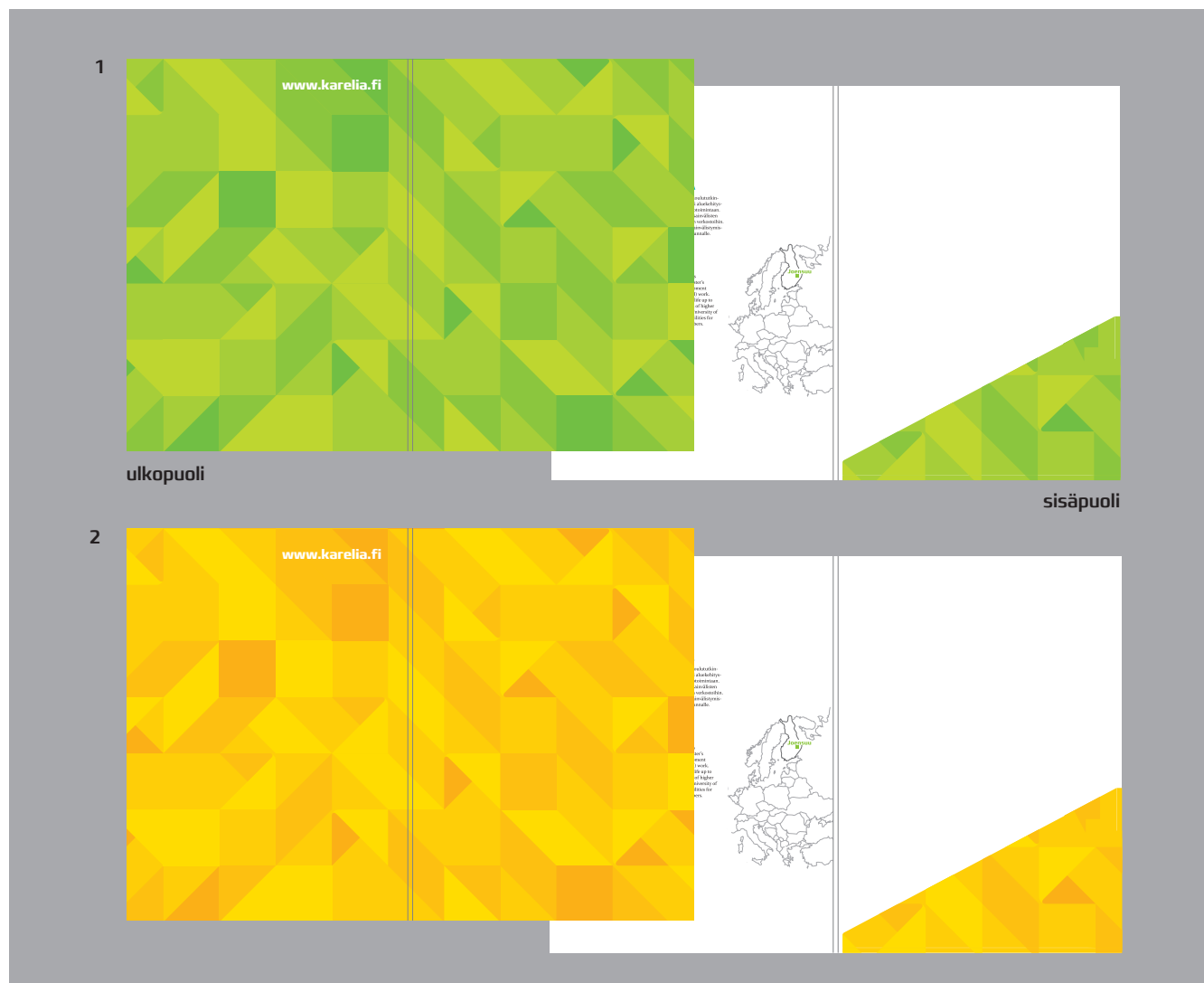
Ystävällisesti | With compliments

 **KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
**UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
Kehittämis- ja palvelukeskus  
Centre for Development and Services  
Tikkariinne 9, FI-80200 Joensuu | [www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

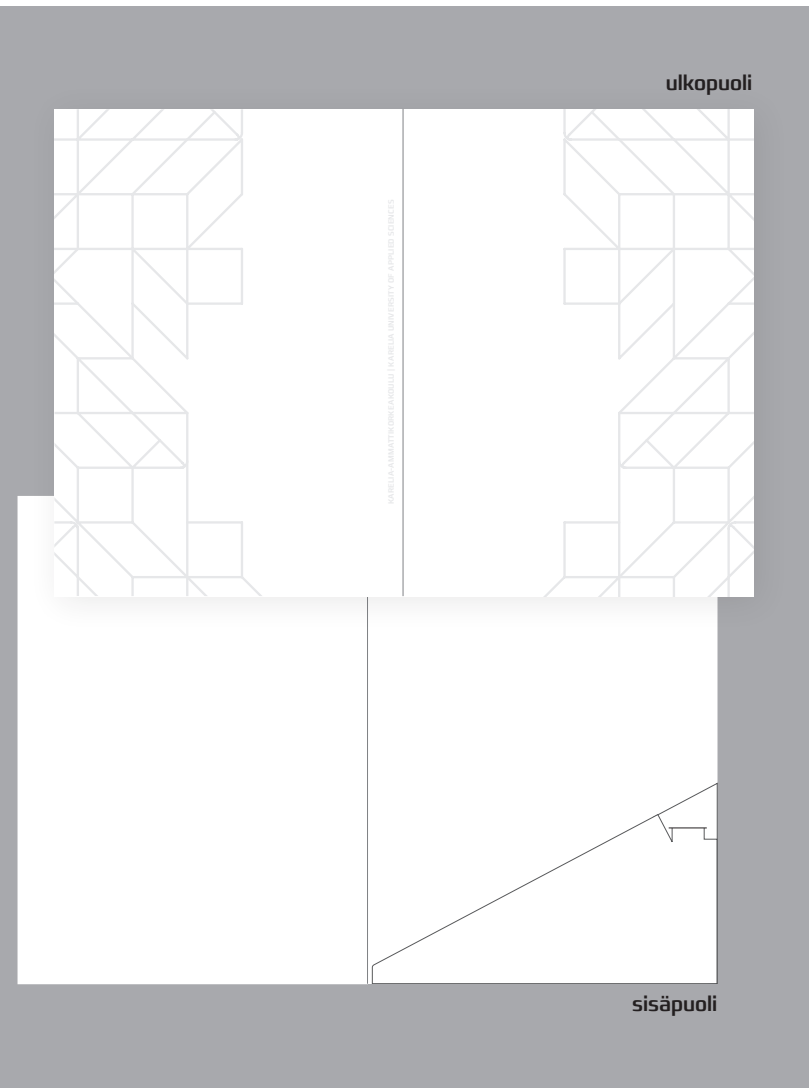
Vihreäkuosinen yleisfolderi [1] toimii henkilökunnan ja opiskelijoiden kansiona ja muussa ammattikorkeakoulun yleisessä käytössä.

Keltaista tapahtumafolderia [2] käytetään vain Karelia-ammattikorkeakoulun tapahtumien, kuten seminaarien, yhteydessä.

Foldereiden sisäkannessa on esittelyteksti Karelia-ammattikorkeakoulusta. Jos tapahtumafolderin sisäkanteen halutaan lisätä hankelogoja, ne sijoitetaan tekstin jälkeen vasemmalle tasattuna.



Karelia-ammattikorkeakoulun virallista esipainettua todistus pohjaa ja sähköistä asetelomallia käyttää ainoastaan todistusten kirjoittamiseen oikeutettu henkilöstö.



Tiedotepohjaan voi lisätä tekstiä ja kuvat MS Office Word-ohjelmassa. Leipätekstissä tulee käyttää Constantiaa koossa 10pt. Pääotsikko on lihavoitu ja kursivoitu ja mahdollinen alaotsikko on kursivoitu. Otsikon pistekoko tulee valita otsikon pituuden mukaan. Otsikossa ja nettiosoitteessa käytetään turkoosia korostusväriä. Projektien käytössä tiedotteeseen lisätään hankelogoja, ne tulee sijoittaa tekstin alle vasempaan reunaan.




### Itä-Suomen ammattikorkeakoulujen (ISAT) yhteistyösopimukselle jatkoa

Itä-Suomen ammattikorkeakoulujen (ISAT) johto ja ylläpitäjät kokoontuivat 28.6.2012 päättämään strategisen ISAT-kumppanuuden tulevaisuudesta. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu ja Savonia-ammattikorkeakoulu ovat vuodesta 2008 alkaen tehneet ISAT-kumppanuudessa syvenevää yhteistyötä usealla eri tasolla.

Kokouksessa päätettiin yksimielisesti ISAT-yhteistyön jatkamisesta organisaatioiden välillä. Yhteistyö on etenkin valittuilla painoaloilla auttanut ikäsuomalaisen osaamisen kehittymistä kansainvälisestikin merkittäville tasolle. Valittuja painoaloja ovat uusiutuvat energiaratkaisut, väljästi asutun alueen ikäosaaminen, sekä Venäjä-osaaminen.

Yhteistyötä tulkaa jatkossakin tekemään niin opetuksen kuin tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnan osalta. Ammattikorkeakoulujen opiskelijoille yhteistyö näkyy mm. ristiinopiskelumahdollisuutena, joka käynnistettiin keuhkii 2011.

Yhteisen hallintomallin aikaansaamista ei asetettu yhteistyön tavoitteeksi. Molempien organisaatioiden johto ja ylläpitäjät pitivät tyvänä sitä, että yhteistyötä eri koulutusorganisaatioiden kanssa voidaan tehdä myös ISAT-kumppanuuden ulkopuolella.

Tärkeänä asiana ja samalla kehityskohteena nähtiin painoaloistaan neuvottelukunta toiminta. Siinä tavoitteena on yritysten edustajien saaminen mukaan toiminnan ohjaukseen. Samoin kiinnitys yhteistyö Itä-Suomen yliopiston ja alueella toimivien toisten asien oppilaitosten kanssa on jatkossakin merkittävässä roolissa.

ISATin ylläpitäjät kokoontuivat seuraavan kerran 21.9.2012, johon mennessä rehterien johdolla valmistelussa on yhteistyösopimuksen tarkempi sisältö. Uusi sopimus tehdään tulevalle strategiakaudelle 2013-2016.

**Lisätietoja antavat:**  
**MATTI VALSTO**, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun johtokunnan puheenjohtaja, puh. 050 411 4672  
**JAAKKO KIRKONIEMI**, Savonia-ammattikorkeakoulun kym hallituksen puheenjohtaja, puh. 044 9 43920  
**PETRI RAIVO**, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun rehtori, puh. 050 310 9749  
**VELI-MATTI TOLPPA**, Savonia-ammattikorkeakoulun rehtori, puh. 044 285 5008

[karelia.fi/lisatietoja](http://karelia.fi/lisatietoja)

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU | KARELIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES [www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)




### Innovaatioassistentti - korkeakoulupohjaista osaamista yrityksiin ja työorganisaatioihin

**Projektin lähtökohdat**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam quis purus purus, vel ultrices lacus. Etiam imperdiet nulla viverra lacus aliquet non commodo nulla sagittis. Sed semper sapien ac sem elementum vel elementum orci ultrices. Phasellus libero neque, dapibus nec varius a, tempus vitae felis. Suspendisse id dolor eros, et tempus nulla. Suspendisse potenti. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Phasellus libero neque, dapibus nec varius a, tempus vitae felis. Sed semper sapien ac sem elementum vel. Sed semper sapien ac sem elementum vel elementum orci.

**Projektin tuloksena on**

- Accenat quis purus sem.
- Vivamus interdum tristique ante, aliquam semper nisi consequat vel.
- Duis pellentesque neque vitae enim vehicula placerat.

**Jatkohyödynnettävyys**  
 Suspendisse potenti. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Integer semper libero quis velit rutrum ac lacinia nibh scelerisque. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer semper libero quis velit rutrum ac lacinia nibh scelerisque. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

**Yhteystiedot**  
**KIRSI MONONEN**, projektipäällikkö  
 Puh. 050 311 9222, [kirsi.mononen@pkamk.fi](mailto:kirsi.mononen@pkamk.fi)  
**MILENA FAYT**, projektisuunnittelija  
 Puh. 050 311 9226, [milena.fayt@pkamk.fi](mailto:milena.fayt@pkamk.fi)

**Lisätietoja:**  
[projektinnimi.karelia.fi](http://projektinnimi.karelia.fi)



KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU | KARELIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES [www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

Karelia-ammattikorkeakoulun henkilökunnan työsähköposteissa käytetään yhtenäistä allekirjoitusta. Yhtenäinen allekirjoituskäytäntö on pieni mutta näkyvä osa Karelia-ammattikorkeakoulun ilmettä.

Allekirjoituksen kirjasimena ja kokona suositellaan käytettävän sähköpostin oletuskirjasintyyppiä. Sähköpostin allekirjoituksessa ei tule käyttää logoa tai muuta kuvaa.

Allekirjoituksessa voidaan käyttää keskuksen nimeä tai palveluyksikön nimeä. Puh., p. tai gsm -tunnisteita ei tarvita puhelinnumeron edessä. Sähköpostiosoitteen edessä ei tarvitse käyttää e-mail, s-posti tai sähköposti -tunnisteita.

Lähimpien työtovereiden kesken voi käyttää ei-muodollista allekirjoitusta, kuitenkin sisältäen puhelinnumeron.

**Huom!** Pystyviivan teet Windows-ympäristössä näppäinyhdistelmällä Alt Gr + < ja OSX-ympäristössä näppäinyhdistelmällä Alt + 7 .

---

Etunimi Sukunimi

asema | asema eng

Karelia-ammattikorkeakoulu | Karelia University of Applied Sciences

Kehittämisen- ja palvelukeskus | Centre for Development and Services

Tikkarinne 9, FI-80200 Joensuu

etunimi.sukunimi@karelia.fi

+358 50 123 4567

www.karelia.fi



---

Etunimi Sukunimi

asema

Karelia-ammattikorkeakoulu

Kirjasto- ja tietopalvelut

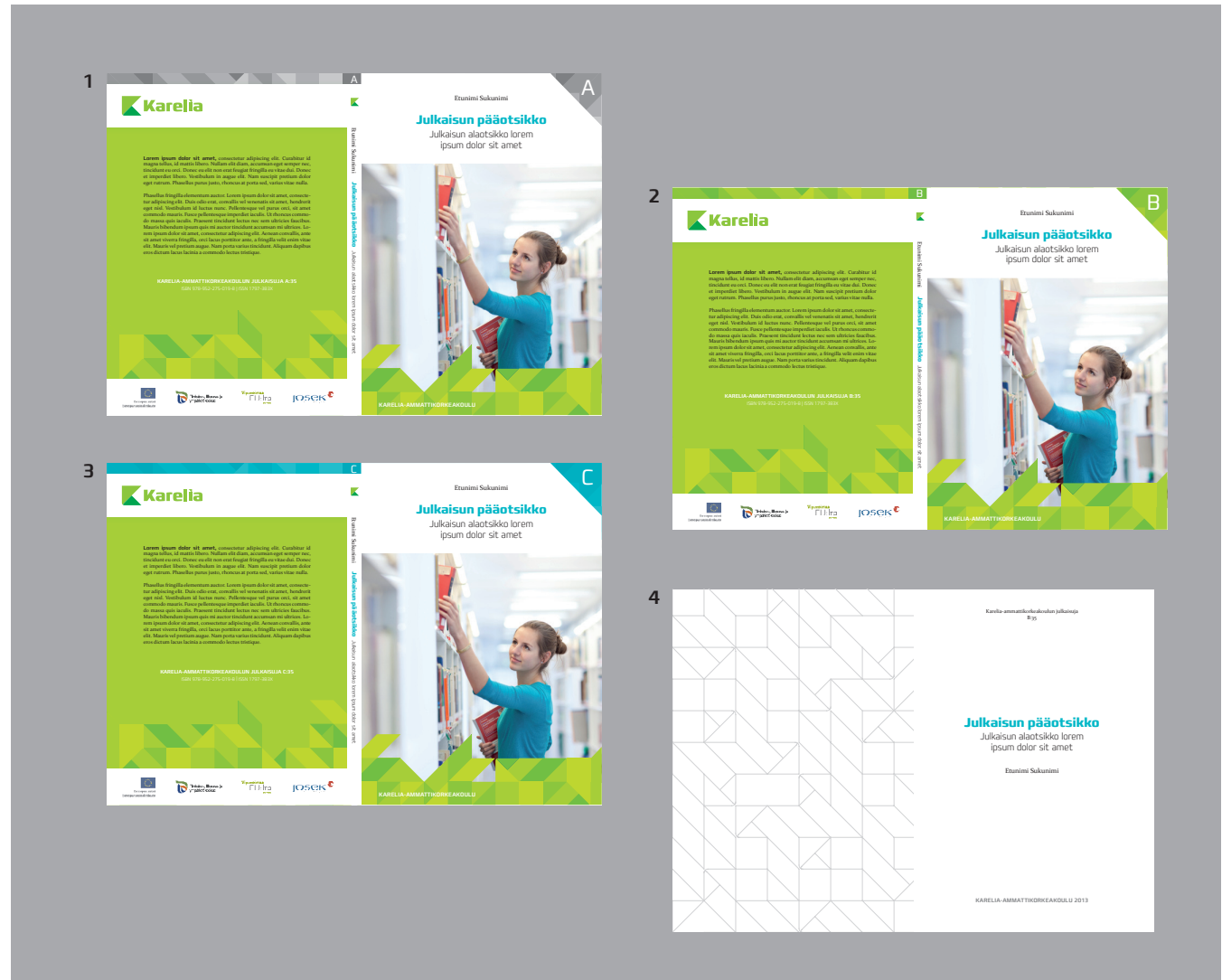
Tikkarinne 9, FI-80200 Joensuu

etunimi.sukunimi@karelia.fi

+358 50 123 4567

www.karelia.fi

Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisusarjoilla A, B ja C on yhtenäinen ilme. Julkaisusarjojen kirjaintunnus sijaitsee kannen oikeassa yläkulmassa ja selkämyksessä. Julkaisusarjan kanteen voidaan valita julkaisuun sopiva valokuva. Kun julkaisusarjojen kansiin lisätään hankelogoja, ne sijoitetaan takakannen alareunaan valkoiselle alueelle. Kaikissa julkaisusarjoissa käytetään sisäisivuilla samaa taittopohjaa [4].



Karelia-ammattikorkeakoulun painotuotteissa tulee käyttää ammattikorkeakoulun logoa, ilmeen värejä ja typografiaa ohjeiston mukaisesti. Käyttämällä graafisia elementtejä monipuolisesti saadaan painotuotteisiin luotua tilanteeseen sopiva ilme. Harmaalla viivaverziolla ja harmaalla kuosilla saadaan hillitympi ulkoasu [1]. Vihreällä kuosilla ja nostopallolla saadaan erottuvampi ulkoasu [2].

1



2





Karelia-ammattikorkeakoulun projektit käyttävät esitepohjaa. Esitteen kansissa voidaan käyttää projektin logoa [1] tai projektin nimeä [2]. Kanteen ja sisäsivuille [3] valitaan sopivat kuvat. Nostopallon avulla voidaan nostaa tekstistä tärkeitä huomioita. Takakanteen sijoitetaan tietoa projektin toteuttajista ja rahoittajista sekä projektihenkilöstön yhteystiedot. Takakannen alaosan valkoinen alue on varattu logoille.




Esityksen aloittava esityspohja on aina ne-galogo vihreällä kuosilla [1]. Seuraavien esi-tyspohjien väri valitaan käyttötarkoituksen mukaan. Yleisessä käytössä esityspohjien otsikko- sisältö- ja kuvadiat [katso kuvien käyt-tö sivulta 35] ovat vihreäkuosisia [2-3]. Kun esityspohjia tarvitaan tapahtuman yhteydes-sä, käytetään poikkeuksellisesti keltakuosisia esityspohjia [4-5].




Kun esityksessä käytetään kuvia, kuvat eivät saa peittää Karelia-ammattikorkeakoulun logoa tai nettiosoitetta [1]. Kuvia [2] mahdollistaa kuvien tai kaavioiden esittämisen näyttävämmiin. Nettiosoite tulee kuitenkin näkyä myös kuvadiassa.

1



## Testiotsikko

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque nec augue ligula. Nunc eros ipsum, tristique premium interdum ut, lobortis in velit.
- Integer porta faucibus metus, rutrum posuere nisl interdum ut.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque nec augue ligula. Nunc eros ipsum.




[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)



## Testiotsikko

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque nec augue ligula. Nunc eros ipsum, tristique premium interdum ut, lobortis in velit.
- Integer porta faucibus metus, rutrum posuere nisl interdum ut.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque nec augue ligula. Nunc eros ipsum.



[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

2



[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)



[www.karelia.fi](http://www.karelia.fi)

Karelia-ammattikorkeakoulun verkkoympäristöissä sovelletaan ilmeen peruselementtejä eli logoa, värejä, typografiaa ja graafisia elementtejä graafisen ohjeiston mukaisesti. Ammattikorkeakoulun verkkopalveluista on oma erillinen toimintaohje.

Visuaalinen malli lisätään myöhemmin

Karelia-ammattikorkeakoulun lehti-ilmoituksissa, kuten työpaikkailmoituksissa [1] ja projektien ilmoituksissa [katso sivu 38], kehykset ovat vihreää kuosia. Poikkeuksena kehykset ovat keltaista kuosia Karelia-ammattikorkeakoulun järjestämän tapahtuman ilmoituksessa [2]. Myös mustavalkoista lehti-ilmoituspohjaa on mahdollista käyttää.

Ammattikorkeakoulun tunnus pyritään sijoittamaan ilmoituksen vasempaan yläkulmaan. Www-osoite on vihreä ja se pyritään asemoimaan oikeaan alakulmaan. Ilmoituksen pääotsikko korostetaan turkoosilla värillä. Yhteystiedot esitetään yhteystietoelementtinä [katso sivu 19].

Ilmoituksen yläosassa voidaan käyttää Karelia-ammattikorkeakoulusta kertovaa ingressitekstiä. Lisäksi voidaan käyttää nostopalloa lyhyen tärkeän tekstin esittämiseen ja huomion herättämiseen.

Ilmoituksissa voidaan käyttää kuvamaailmaan [katso sivu 21] sopivaa kuvaa [3-4].

**Huom!** Sanomalehti-ilmoituspohjissa käytetään tunnuksen ja kuosien sanomalehtimäyksiä ja ohjeistossa määriteltyjä Sanomalehti CMYK -väriarvoja. Kun samasta ilmoituksesta tehdään versioita eri medioihin, on väriarvojen kanssa oltava tarkkana.

**1** Green geometric border advertisement. Text: Karelia-ammattikorkeakoulu on monialainen ja kansainvälinen korkeakoulu. Ammattikorkeakouluissa on 22 koulutusohjelmaa seitsemällä koulutusalaalla. Opiskelijoita on n. 4000 ja päätoimista henkilökuntaa 400. Haemme hoitotyön koulutusohjelmaan Tutkimus- ja menetelmäopintojen yliopettajaa määräaikaiseen sijaan. HAEMME NYT! Lisätietoja: Nam egestas diam nec lacus congue fermentum. Curabitur nisi dui, ultrices vel iaculis. Nullam vel mi dignissim tortor consetetur. Aenean interdum lacus quis dui fringilla sed fermentum ligula dignissim. KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU Kehittämis- ja palvelukeskus, rehtorin toimisto Tikkarinne 9, 00200 Joensuu www.karelia.fi

**2** Yellow geometric border advertisement. Text: Karelia-ammattikorkeakoulu on monialainen ja kansainvälinen korkeakoulu. Ammattikorkeakouluissa on 22 koulutusohjelmaa seitsemällä koulutusalaalla. Opiskelijoita on n. 4000 ja päätoimista henkilökuntaa 400. Järjestämme Bioenegiaseminaarin 23.-27.5.2012 Joensuussa, Sirkkalantie 12 B. Aliquam nec egestas enim. Morbi porta varius augue ut ultrices. Vivamus a dolor sit amet purus adipiscing fringilla vel id urna. Duis pellentesque mollis dictum. Donec in risus mauris. Nunc pharetra malesuada neque, at luctus erat porta dictum. LISÄTIETOA OSOITTEESTA: www.karelia.fi/bioseminaari

**3** White background advertisement with green border. Text: Karelia-ammattikorkeakoulu on monialainen ja kansainvälinen korkeakoulu. Ammattikorkeakouluissa on 22 koulutusohjelmaa seitsemällä koulutusalaalla. Opiskelijoita on n. 4000 ja päätoimista henkilökuntaa 400. Haemme hoitotyön koulutusohjelmaan Tutkimus- ja menetelmäopintojen yliopettajaa määräaikaiseen sijaan. HAEMME NYT! Lisätietoja: Nam egestas diam nec lacus congue fermentum. Curabitur nisi dui, ultrices vel iaculis. Aenean interdum lacus quis dui fringilla sed fermentum ligula dignissim. Pellentesque ut mi sit amet justo imperdiet. KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU Kehittämis- ja palvelukeskus, rehtorin toimisto Tikkarinne 9, 00200 Joensuu www.karelia.fi

**4** White background advertisement with green border. Text: Karelia-ammattikorkeakoulu on monialainen ja kansainvälinen korkeakoulu. Ammattikorkeakouluissa on 22 koulutusohjelmaa seitsemällä koulutusalaalla. Opiskelijoita on n. 4000 ja päätoimista henkilökuntaa 400. Haemme hoitotyön koulutusohjelmaan Tutkimus- ja menetelmäopintojen yliopettajaa määräaikaiseen sijaan. HAEMME NYT! Lisätietoja: Nam egestas diam nec lacus congue fermentum. Curabitur nisi dui, ultrices vel iaculis. Aenean interdum lacus quis dui fringilla sed fermentum ligula dignissim. Pellentesque ut mi sit amet justo imperdiet. KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU Kehittämis- ja palvelukeskus, rehtorin toimisto Tikkarinne 9, 00200 Joensuu www.karelia.fi

Projektien lehti-ilmoituksissa kehykset ovat vihreät. Oikeassa yläkulmassa sijaitsee Karelia-ammattikorkeakoulun merkki negaversiona. Vasempaan yläkulmaan voidaan sijoittaa projektin logo [1] tai projektin nimi viivalla erotettuna [2]. Projektin www-osoite pyritään asettelemaan alas oikealle. Ilmoituksen pääotsikko on turkoosi. Hankelogot sijoitetaan sisältöalueen alareunaan ja erotetaan ohuella viivalla muusta sisällöstä. Yhteystiedot esitetään yhteystietoelementtiä mukailen [katso sivu 19].

Lisäksi voidaan käyttää nostopalloa lyhyen tärkeän tekstin esittämiseen ja huomion herättämiseen.

Ilmoituksissa voidaan käyttää kuvamaailmaan [katso sivu 21] sopivaa kuvaa.

Karelia-ammattikorkeakoulun kannatusilmoituksissa [3] käytetään vaakaturkusta selitteellä, joka sijoitetaan valkoiselle pohjalle. Ilmoitus kehystetään vihreällä kuosilla.

**Huom!** Sanomalehti-ilmoituspohjissa käytetään tunnuksen ja kuosien sanomalehticmyk-versiota ja ohjeistossa määriteltyjä Sanomalehti CMYK -väriarvoja. Kun samasta ilmoituksesta tehdään versioita eri medioihin, on väriarvojen kanssa oltava tarkkana.



Messumateriaalien kuten rullatelineiden suunnittelussa tulee huomioida Karelia-ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto. Rullatelineissä käytetään ilmeen mukaisia värejä, typografiaa ja graafisia elementtejä.

Rullatelineissä voidaan käyttää valkeaa pohjaa, jolloin otsikko korostetaan turkoosilla [1]. Rullateline voi olla pohjaltaan myös värillinen, vihreä [2].

Kun rullateline tilataan Karelia-ammattikorkeakoulun järjestämää tapahtumaa varten, tulee rullatelineen olla väritykseltään tapahtumaväriskaalan mukainen [3].

Rullatelineissä ei ole välttämätöntä käyttää kuvaa, koska kuosi tuo ulkoasuun Karelia-ammattikorkeakoululle tunnistettavan visuaalisuuden.

Rullatelineissä voidaan käyttää nostopalloa erottamaan tärkeitä iskulauseita ja tuomaan lisää visuaalisuutta.

Hankelogot sijoitetaan rullatelineen alareunaan valkoiselle pohjalle.



Messumateriaalien kuten rullatelineiden suunnittelussa tulee huomioida Karelia-ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto. Rullatelineissä käytetään ilmeen mukaisia värejä, typografiaa ja graafisia elementtejä.

Kuvia voidaan käyttää rullatelineissä monipuolisesti [1-3]. Kuva voidaan esittää myös todella suurena [3]. Kuosin ja nostopallojen käyttö tekee rullatelineestä tunnistettavasti Karelia-ammattikorkeakoulun näköisen.

Hankelogot sijoitetaan rullatelineen alareunaan valkoiselle pohjalle.





Karelia-ammattikorkeakoulun ulko-opasteissa hyödynnetään ilmeen värejä ja typografiaa.

Valomainokset vaihtelevat kampuksittain. Toimipisteessä, jossa on vain ammattikorkeakoulun toimintaa, valomainos voi olla merkki tai vaakatuunnus. Kun toimipisteessä on muutaakin kuin ammattikorkeakoulun toimintaa, tulee valomainoksessa käyttää tunnuksen seliteversiota.

Visuaalinen malli lisätään myöhemmin

Karelia-ammattikorkeakoulun lipussa käytetään merkkiä negaversiona, taustanaan vihreä kuosi. Vihreä kuosi on tunnistettava ja kulutusta kestävä. Lippu on muodoltaan neliö ja lipun koko määritellään suhteessa lipputangon pituuteen. 11 metrisellä lipputangolla käytetään 240 cm x 240 cm kokoista lippua, 12 metrisellä lipputangolla 260 cm x 260 cm kokoista lippua ja 17 metrisellä lipputangolla 370 cm x 370 cm kokoista lippua.

Standaarissa on pohjalla vihreä kuosi ja etupuolella pystytunnus negaversiona. Standardin korkeus on 195 mm ja leveys 120 mm.



Malli Karelia-ammattikorkeakoulun autoteipauksista [1], joissa on käytetty vihreää kuo-  
sia ja tunnusta värillisenä sekä merkin ne-  
gaversiota. Vuokratuissa autoissa voidaan  
käyttää staattisia tarroja ikkunan sisäpuo-  
lella [2].

