



**Facultatea de Finanțe, Asigurări,
Bănci și Burse de Valori
(FABBV)**

Ghid de identitate vizuală și comunicare

1. Introducere

Acest ghid stabilește regulile de utilizare a identității vizuale FABBV (Facultatea de Finanțe, Asigurări, Bănci și Burse de Valori) în comunicarea de promovare și social media: logo, culori, tipografie, stil vizual și șabloane pentru Instagram și LinkedIn.

Scopul documentului este să asigure consecvență și un aspect profesional în toate materialele publicate, indiferent de cine le realizează și să servească drept referință rapidă pentru echipa de comunicare a facultății.

Identitatea FABBV funcționează independent de identitatea vizuală ASE, cu propria paletă de culori (bordo și neutre), păstrând însă rigora și structura unui manual de brand instituțional.

2. Denumire Oficială

Numele facultății este un element de identitate fundamental, la fel de important ca sigla. Utilizarea formei corecte asigură recunoașterea clară a FABBV, atât independent, cât și ca parte a ASE.

2.1. Numele Facultății (FABBV)

Forme acceptate în limba română:

- ✓ Facultatea de Finanțe, Asigurări, Bănci și Burse de Valori
- ✓ FABBV (abrevierea oficială)

Formă acceptată în limba engleză:

- ✓ Faculty of Finance and Banking

Variante incorecte:

- ✗ Facultatea de Finanțe ASE
- ✗ Faculty of Finance, Insurance, Banking and Stock Exchange (traducere literală, neacceptată)
- ✗ FFABV / FFBBV / alte prescurtări

2.2. Referință - Numele Universității (ASE)

Conform Manualului de Identitate Vizuală ASE (2024), formele oficiale acceptate pentru universitate sunt:

Limba română:

- ✓ ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
- ✓ Academia de Studii Economice din București
- ✓ ASE (abrevierea oficială)

Limba engleză:

- ✓ BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC STUDIES (ASE)
- ✓ Bucharest University of Economic Studies (ASE)

Variante incorecte (conform aceluiași manual):

- ✗ ASE București
- ✗ ASE din București
- ✗ BUES

2.3. Utilizare combinată FABBV și ASE

Când este necesară menționarea completă a apartenenței instituționale (ex. subsol document, semnătură email, footer prezentare), se recomandă formatul:

Facultatea de Finanțe, Asigurări, Bănci și Burse de Valori (FABBV)
Academia de Studii Economice din București (ASE)

sau, în engleză:

Faculty of Finance and Banking (FABBV)
Bucharest University of Economic Studies (ASE)

3. Logo

3.1. Variante acceptate

FABBV utilizează două variante oficiale ale siglei, ambele acceptate pentru comunicare:



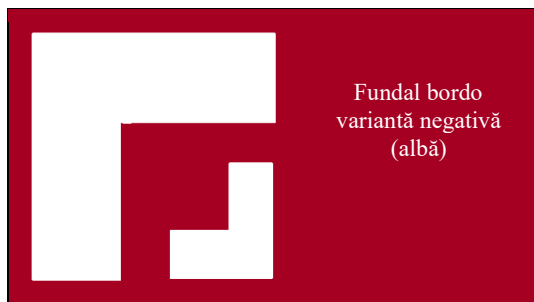
Varianta 1 — sigla-contur (linie bordo pe fundal transparent): pentru documente, antet, coperți, materiale unde spațiul permite detaliu.

Varianta 2 — monograma plină (bordo solid): pentru avatar Instagram/LinkedIn, favicon, aplicații de dimensiuni mici unde varianta-contur și-ar pierde lizibilitatea.

3.2. Poziționare pe fundal

Sigla-contur se folosește pe fundal alb sau deschis.

Pe fundaluri închise (bordo, charcoal), se va folosi varianta negativă (albă) a conturului, exemplificată mai jos:



3.3. Spațiul liber minim

Trebuie păstrat întotdeauna spațiu liber în jurul siglei, pentru a evita aglomerarea cu text sau alte elemente grafice.

3.4. Utilizări incorecte

- Nu se schimbă culoarea siglei în afara variantelor bordo / negru / alb stabilite în acest ghid.
- Nu se distorsionează proporțiile (întindere pe orizontală/verticală).
- Nu se aplică sigla peste fotografii aglomerate sau cu contrast insuficient.
- Nu se reproduce sigla la o calitate/rezoluție slabă (pixelată).

4. Logo cu Text (Lockup)

În situațiile în care când sigla trebuie însoțită de denumirea facultății (copertă document, prezentare, semnătură, banner de eveniment), există două aranjamente acceptate: text în dreapta siglei sau text sub siglă. Alegerea depinde de spațiul disponibil și de formatul materialului.

4.1. Varianta A — Text în dreapta siglei

Recomandată pentru: antet document, subsol prezentare, format landscape, bannere late.

Textul se aliniază vertical pe centrul siglei, separat printr-o linie verticală subțire bordo.



Varianta A — română



Varianta A — engleză

4.2. Varianta B — Text sub siglă

Recomandată pentru: format portret/pătrat, cover Instagram, coperti de document, situații unde lățimea este limitată dar înălțimea permite stivuire verticală.



Varianta B — română



Varianta B — engleză

4.3. Cum alegem

- Format landscape / lat (antet, prezentare, banner web) → Varianta A (text în dreapta).
- Format portret / pătrat (Instagram, coperti, afișe) → Varianta B (text sub siglă).
- Spațiu foarte mic → nu se folosește lockup; doar monograma solidă, fără text.
- Denumirea completă se scrie mereu corect conform secțiunii 2, nu se prescurtează suplimentar și nu se traduce liber.

5. Paleta de culori

Paleta FABBV este extrasă direct din sigla oficială a facultății și extinsă cu nuanțe derivate și neutre calde, pentru a oferi flexibilitate în aplicații (fundaluri, text, elemente grafice secundare) fără a se abate de la identitatea de bază.

5.1. Culoarea principală

Culoare	Denumire	HEX	CMYK	RGB
	Bordo FABBV	HEX #A50022	CMYK 0 / 100 / 79 / 35	RGB 165 / 0 / 34

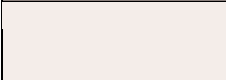
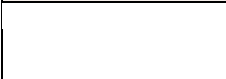
5.2. Nuanțe derivate (tint & shade)

Pentru fundaluri, hover states și ierarhie vizuală în carusele/prezentări:

Culoare	Denumire	HEX	CMYK	RGB
	Bordo Închis	HEX #6B0016	CMYK 0 / 100 / 80 / 58	RGB 107 / 0 / 22
	Bordo -20%	HEX #B7334E	CMYK 0 / 72 / 57 / 28	RGB 183 / 51 / 78
	Bordo -40%	HEX #C9667A	CMYK 0 / 49 / 39 / 21	RGB 201 / 102 / 122
	Bordo -60%	HEX #DB99A6	CMYK 0 / 30 / 24 / 14	RGB 219 / 153 / 166
	Bordo -80%	HEX #EDCCD2	CMYK 0 / 14 / 11 / 7	RGB 237 / 204 / 210

5.3. Neutre

Neutrele calde completează bordo-ul fără a introduce alte culori — mențin o paletă unitară și sobră, potrivită unei facultăți de finanțe.

Culoare	Denumire	HEX	CMYK	RGB
	Charcoal (text/fundal închis)	HEX #2B2523	CMYK 0 / 10 / 15 / 83	RGB 43 / 37 / 35
	Gri Cald (text secundar)	HEX #8A7F7C	CMYK 0 / 8 / 10 / 46	RGB 138 / 127 / 124
	Crem (fundal deschis)	HEX #F4EDE9	CMYK 0 / 3 / 5 / 4	RGB 244 / 237 / 233
	Alb	HEX #FFFFFF	CMYK 0 / 0 / 0 / 0	RGB 255 / 255 / 255

5.4. Proporția de utilizare recomandată

Pentru un aspect echilibrat în postări și materiale compuse:

- 40% Alb / Crem - fundal, aer vizual
- 35% Bordo - element dominant, titluri, accente cheie
- 15% Charcoal / Gri Cald - text, elemente secundare
- 10% Nuanțe derivate - highlight-uri, infografice, statistici

6. Tipografie

6.1. Font principal

Se recomandă un font Serif pentru titluri (asociat academic/prestigiu) combinat cu un Sans Serif pentru corpul de text - echilibru între academic și modern.

Titlu — Playfair Display Bold

Subtitlu — Playfair Display Italic

Corp de text - Inter Regular. Folosit pentru descrieri, paragrafe informative și text de susținere în postări și documente.

6.2. Font de sistem (rezervă)

Pentru situații unde Playfair Display / Inter nu sunt disponibile (editare rapidă, colaboratori externi): Georgia (titluri) + Arial (text) - combinație echivalentă ca structură, disponibilă universal.

6.3. Ierarhie recomandată pentru social media

- Titlu carusel / slide principal: Bold, 28–36 pt
- Subtitlu: Italic sau Medium, 16–18 pt
- Text corp / detalii: Regular, 12–14 pt
- La dimensiuni sub 10 pt: se evită complet Bold pentru lizibilitate

7. Imagistică și stil vizual

7.1. Fotografie

Imaginile FABBV trebuie să transmită credibilitate academică și experiența studențească reală - evităm stock photos generice și punem accent pe autenticitate.

- Se preferă: studenți și cadre didactice reale (cu acord), spații ASE/FABBV recunoscute, momente din evenimente proprii (admitere, cursuri, festivități).
- Se evită: stock photos evident generice, imagini cu filtre exagerate, fotografii cu rezoluție slabă sau supra-editate.

7.2. Tratare cromatică

Fotografiile pot primi un overlay subtil bordo (10–20% opacitate) pentru integrare cu identitatea, mai ales pe coperti de carusel sau imagini de fundal cu text suprapus.

7.3. Iconografie și elemente grafice

Pentru diagrame, statistici sau elemente decorative se recomandă forme geometrice simple, linii fine (1–2px) în bordo sau charcoal fără gradient-uri complexe sau umbre 3D, păstrând un aspect curat, financiar-academic.

7.4. Utilizări incorecte

- Nu se disproporționează sau distorsionează imaginile pentru a se încadra într-un spațiu.
- Nu se suprapune text peste zone aglomerate ale fotografiei fără overlay de contrast.
- Nu se folosesc filtre saturate/nesaturate exagerat care alterează culorile brandului.

8. Ghid Social Media

Acest capitol nu stabilește pași rigizi de urmat, ci **principii de construcție și limite de care ținem cont** pentru ca orice persoană/entitate să poată produce un vizual bun, în stilul FABBV, cu libertate de creație.

8.1. Principii de impact vizual

- Un vizual bun comunică o singură idee clar, în primele 2-3 secunde - nu aglomerăm mesaje.
- Identitatea FABBV trebuie recunoscută instant: prin siglă, prin denumire (FABBV) sau prin ambele, cel puțin unul dintre aceste elemente e prezent pe fiecare vizual publicat.
- Contrastul creează impact: text lizibil pe fundal simplu bate întotdeauna text suprapus peste o imagine aglomerată.
- Consecvența vizuală (aceleași culori, fonturi, poziționare) face conținutul recunoscut chiar și fără să vezi cine a postat.

- Un vizual câștigă când are un singur punct focal - o cifră, o întrebare, o imagine puternică, nu mai multe lucruri deodată.

8.2. Anatomia unui vizual — exemplu

Mai jos, două machete ilustrative (generate ca exemplu, nu postări reale) cu elementele cheie marcate: logo, denumire, mesaj principal și bara de jos comună tuturor paginilor unui carusel.



Exemplu — slide de copertă (carusel admitere)



Exemplu — slide de conținut (aceeași bară de jos, aceeași identitate)

Elementul de continuitate, bara de jos (footer), este cel mai important detaliu pentru un carusel: pentru ca publicul țintă să poată vedea un singur slide distribuit separat (share, screenshot), fiecare pagină trebuie să se poată identifica singură, fără să depindă de coperta caruselului.

8.3. Instagram — pe tip de conținut

Postare unică (single image)

- Potrivită pentru: anunțuri scurte, citate, o singură statistică/realizare.
- Sigla sau denumirea FABBV vizibilă undeva în cadru, pe colț sau în footer.

Carusel

- Potrivit pentru: admitere, prezentare programe, ghiduri, „viața de student”, recap eveniment.
- Prima pagină (cover) decide dacă oamenii dau swipe - mesajul cel mai puternic sau cea mai interesantă imagine merge acolo.
- Bara de jos (siglă + @fabbv.ase / fabbv.ase.ro) se repetă identic pe toate paginile, nu doar pe copertă.
- Ultima pagină e locul pentru call-to-action clar: ce vrem să facă cel care a ajuns până acolo (să aplice, să dea follow, să acceseze un link).

Reels

- Format vertical 9:16 - primele 2-3 secunde decid dacă cineva continuă să urmărească.
- Sigla poate apărea discret ca watermark în colț, mai ales dacă reel-ul poate fi repostat/distribuit separat de profil.
- Text overlay scurt, direct - Instagram citește textul de pe ecran pentru a înțelege despre ce e conținutul.

Stories

- Ideal pentru culise, remindere de deadline, repostarea conținutului din feed.
- Stickerule de mențiune (@ase.ro, parteneri, speakeri) cresc șansa de repostare de către cei care primesc tag (etichetare).

8.4. Tagging, mențiuni și etichetare

Mențiunile sunt unul dintre cele mai eficiente instrumente de extindere organică a audienței și trebuie tratate cu atenție, nu ca un detaliu final.

- Se menționează mereu @fabbv.ase pe postările relevante pentru facultate sau universitate (admitere, evenimente comune, realizări).
- Parteneri, speakeri sau invitați la evenimente se etichetează explicit pentru a crește șansa ca ei să distribuie mai departe postarea către propria audiență.
- Mențiunile se pun atât în imagine (sticker/tag pe poză, la Stories) cât și în text (caption) pentru a crește vizibilitatea reciprocă.
- La evenimente cu mai mulți parteneri instituționali, se etichetează toți în caption, nu doar cel principal.

8.5. Limite tehnice ale platformelor (actualizat 2026)

Bune practici și limite reale impuse de platforme:

Element	Limită oficială	Recomandare internă FABBV
Poze/video în carusel	Maximum 20	6-10 slide-uri — claritate peste volum
Hashtag-uri per postare	Maximum 5	3-5, relevante și specifice
Conturi etichetate	Maximum 20 per postare	Doar cele relevante
Durată video Reels	Până la 20 minute	15-60 secunde pentru conținut cu impact

Notă: aceste cifre reflectă politicile Instagram/Meta la momentul redactării acestui ghid și se pot schimba.

8.6. Instrumente sugerate

Nu sunt obligatorii, orice instrument care respectă identitatea vizuală din acest ghid e potrivit. Câteva sugestii utile:

- Vizualuri statice (carusele, postări): Canva, Adobe Photoshop / Adobe Express.
- Video / Reels: CapCut, Canva (Video), Adobe.

Nota: Poți salva paleta de culori și fonturile din acest ghid ca „brand kit” în Canva, pentru consecvență automată.

8.7. Ton și limbaj — în funcție de tipul postării

- Admitere / recrutare: catchy, direct, cu îndemn clar la acțiune, nu mesaje încărcate și goale.
- Conținut academic / cercetare: ton mai formal, dar accesibil; evităm jargonul, explicăm simplu conceptele complexe.
- Viața de student / culise: friendly, casual, autentic, ca și cum ar vorbi un coleg, nu o instituție.
- Evenimente / anunțuri oficiale: informativ, clar, cu toate detaliile practice (dată, oră, locație, link).

În toate cazurile: propoziții scurte, mesaj clar din prima linie a caption-ului (Instagram trunchiază textul lung), emoji folosite cu măsură.

8.8. Coerență cu strategia FABBV

- Fiecare postare ar trebui să se conecteze la un obiectiv concret al facultății - admitere, brand de angajator academic, comunitate, cercetare, activități studentești, etc.
- Postările anterioare sunt cel mai bun punct de plecare pentru orice conținut nou
- Calendarul de conținut ar trebui aliniat cu calendarul academic: admitere, sesiuni, evenimente, festivități, nu conținut generic "de umplutură".

8.9. Conținut generat integral de AI

⚠ Vizualurile generate integral de AI NU au personalitate sau touch uman, iar acest lucru se vede, mai ales pentru un public tânăr, obișnuit cu un conținut autentic.

Conținutul complet generat de AI riscă să nu ajungă la studenți așa cum ne-am dori, poate părea generic, impersonal sau "fals", indiferent cât de corect din punct de vedere tehnic este.

Recomandare: folosește AI-ul ca instrument de brainstorming sau punct de plecare (idei de layout, text-schiță, verificare rapidă), nu ca sursă finală a vizualului. Fotografiile reale, designul făcut/ajustat manual și vocea autentică a autorului rămân esențiale pentru conținut care rezonază!

8.10. Linkuri oficiale FABBV

Toate materialele care fac trimitere la platformele de social media ale facultății trebuie să folosească aceste linkuri oficiale:

Instagram	https://www.instagram.com/fabbv.ase/
Facebook	https://www.facebook.com/FABBV
LinkedIn	https://www.linkedin.com/school/fabbv/
Website	https://www.fabbv.ase.ro

9. Comunicare FABBV

FABBV comunică echilibrat, balansând credibilitatea academică și apropierea autentică.

9.1. Ce facem

- Formulări clare, directe, fără jargon inutil. Entuziasm justificat, nu superlative goale ("cea mai bună", "incredibil" — se evită).
- Ne adresăm direct candidaților/studenților ("tu", nu formule impersonale rigide) în social media, păstrând totuși un ton respectuos.

9.2. Ce evităm

- Limbaj excesiv de birocratic sau formule instituționale rigide pe Instagram.
- Umor forțat sau glume care nu se potrivesc unui domeniu financiar-academic.
- Superlative nesuținute de fapte/date concrete.

10. Rezumat

O pagină de consultat rapid înainte de a produce orice material.

Culori

#A50022 Bordo	#6B0016 Bordo Închis	#2B2523 Charcoal	#F4EDE9 Crem
---------------	----------------------	------------------	--------------

Tipografie

- Titluri: Playfair Display Bold
- Text: Inter Regular
- Alternativă: Georgia + Arial

Logo

- Fundal deschis → varianta-contur bordo
- Fundal închis → varianta-contur albă (negativă)
- Spații mici (avatar) → monograma solidă
- Spațiu liber minim în jur = jumătate din lățimea monogramei

Social Media — reguli rapide

- Instagram carusel: cover bordo + conținut alb/crem + CTA final bordo
- LinkedIn: ton instituțional, sigla discretă
- Maximum 5 hashtag-uri, relevante
- Fotografii autentice, fără stock photos generice