



Brandbook 2024

Мотив

Разговорный клуб



j č u s t v o y š g n o d
n s v l č d u p h a f k u
x l u b e z e n o i p x š
b h o v a k ž y g r b e a
k m z j f b u d o b j e f
n i t e d h z a o t k č y
y s r z g e b e s e d a g
a e o i b i x f š a p h t
g l p k k f n a r e č j e

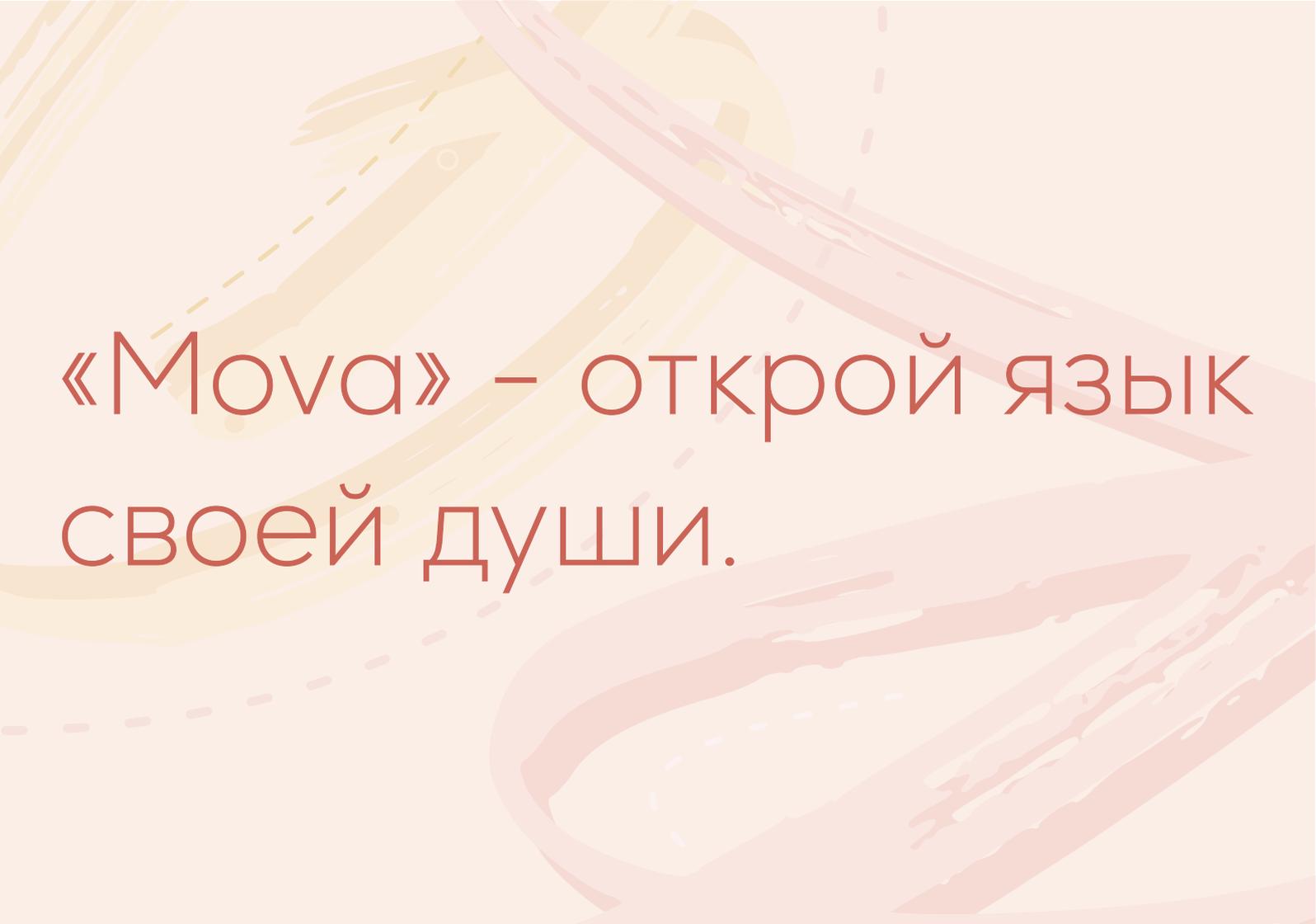


Zdravo

What's up?

Hola

Содержание.....	3	Масштабирование.....	17
Слоган.....	4	Цветные макеты.....	18
О нас.....	5	Устойчивые выражения.....	22
Концепция.....	6	Фирменная документация.....	23
Бренд-персонаж.....	7	Фирменные цвета.....	29
Интересные факты.....	8	Смешные слова.....	32
Построение логотипа.....	10	Фирменные шрифты.....	33
Масштабность.....	11	Фирменный паттерн.....	35
Охранное поле.....	12	Знаки коммуникации.....	37
Самые красивые слова.....	13	Способы учить язык.....	39
Варианты применения.....	14	Фирменная продукция.....	41
Цветовое решение.....	15	МОС-UPs.....	48
Запрещенные варианты.....	16		



«Mova» – открой язык
своей души.

«Mova» - это разговорный клуб для любителей иностранных языков всех возрастов.

Но это не просто место для изучения языков - это портал в хорошее настроение, приятную атмосферу, где можно не бояться своих ошибок и выглядеть глупо, ведь именно здесь вы можете развиваться в кругу таких же людей как и вы, найти ту самую «soulmate» и быть уверенным в своем успехе на все 100%.

• • • •

«soulmate» - (анг.) родственная душа. Это человек, который идеально подходит к другому человеку в эмоциональном, духовном и физическом смысле.

• • • •

КОНЦЕПЦИЯ



Speech
Balloon

Главным прообразом нашего клуба выступает “speech balloon” – (анг.) диалоговое облако. Это графическое соглашение, наиболее часто используемое в комиксах и мультфильмах, позволяющее понимать слова (и гораздо реже картинки) как представляющие речь или мысли персонажа. Именно он и лег в основу нашего логотипа.

Одним из самых ранних предшественников современного speech balloon были “речевые свитки” – тонкие линии, которые соединяли речь от первого лица с устами говорящих в мезоамериканском искусстве между 600 и 900 годами нашей эры.

Elementos
Vegetales

Так же немаловажными элементами концепции являются “elementos vegetales” – (исп.) растительные элементы. Растительные мотивы на подсознательном уровне помогают почувствовать себя ближе к природе. Такая атмосфера наполняет, а не забирает энергию.

Растения общаются друг с другом и передают информацию на земле, под землей, с помощью корней и грибов. Они способны улавливать еле заметные электромагнитные поля, производимые другими формами жизни. Они используют химические вещества и запахи, чтобы предупреждать друг друга об опасности, отпугивать хищников, привлекать насекомых-опылителей.

БРЕНД-ПЕРСОНАЖ



Бренд-персонаж или маскот (от англ. mascot) – это имиджевый элемент, вымышленный герой, который полностью соответствует бренду и помогает понять его сущность. Он формирует у потребителя прочную эмоциональную связь между персонажем и фирмой. Маскоты могут использоваться в логотипах, а также являться самостоятельными элементами концепции бренда.

Зіўжо! – (слв.) Привет! В приветствие подсознательно вкладывается глубокий смысл. Приветствуя друг друга, мы желаем самого драгоценного в жизни. Приветствие мгновенно оказывает влияние на настроение человека. Оно может подвигнуть нас на труд, на подвиг, может вызвать в нас самые прекрасные чувства. 21 ноября отмечается Всемирный день приветствий.

В славянской мифологии Майей звали дочку Святогора. В свете культа матери в языческой мифологии Майю называли Золотой Матерью, отождествляли с Матерью Мира. Майя-Златогорка – богиня лета, прародительница славян, рождённая из лучей золотистых звёзд, похожих на астру, что является её символом.

To je Maja!

Изучение иностранного языка делает нас счастливее! Как мы все знаем, за язык у нас отвечает левое полушарие. Перисильбиевая зона. Активность в ней обычно связана с позитивными чувствами (1), например, с желанием вести себя открыто по отношению к окружающим, в противоположность избегающему поведению, которое сопровождает активность в правом полушарии.

Поэтому процесс «klepetati» (2) вызывает у нас позитивные эмоции и мы чувствуем себя счастливее. И когда активируем центры говорения, чтобы что-то сказать на иностранном языке, то испытываем прямо физиологическое удовольствие (3).

- 1) «Čustvo» – (слв.) чувство.
- 2) «Klepetati» – (слв.) болтать.
- 3) «Užitek» – (слв.) удовольствие.

Did u know?



Если вы в совершенстве знаете только один *lengua extranjera* (1), то спешим сообщить: вы – в меньшинстве. На 2024 год более 60% населения земного шара *sabe* (2) больше одного языка.

Также знание иностранных языков помогает бороться с болезнью Альцгеймера. В 2010 году проводилось *investigación* (3), согласно результатам которого, те, кто знает больше одного языка, столкнулись с симптомами болезни Альцгеймера на 5,1 лет позже.

- 1) «Lengua extranjera» – (исп.) иностранный язык.
- 2) «Saber» – (исп.) знать, понимать.
- 3) «Investigación» – (исп.) исследование.

От знания нескольких языков сплошная польза. Преимуществом считается постоянная активная работа мозга. Другое преимущество – «*bilinguals*» (1) более приспособлены подавлять отвлекающие шумы во время выполнения задач. Они лучше фокусируют свое внимание, чем монолингвы.

Но есть один маленький недостаток. Дело в том, что в момент говорения активированы оба языка. Билингвы часто испытывают трудности с подбором нужных слов в момент говорения.

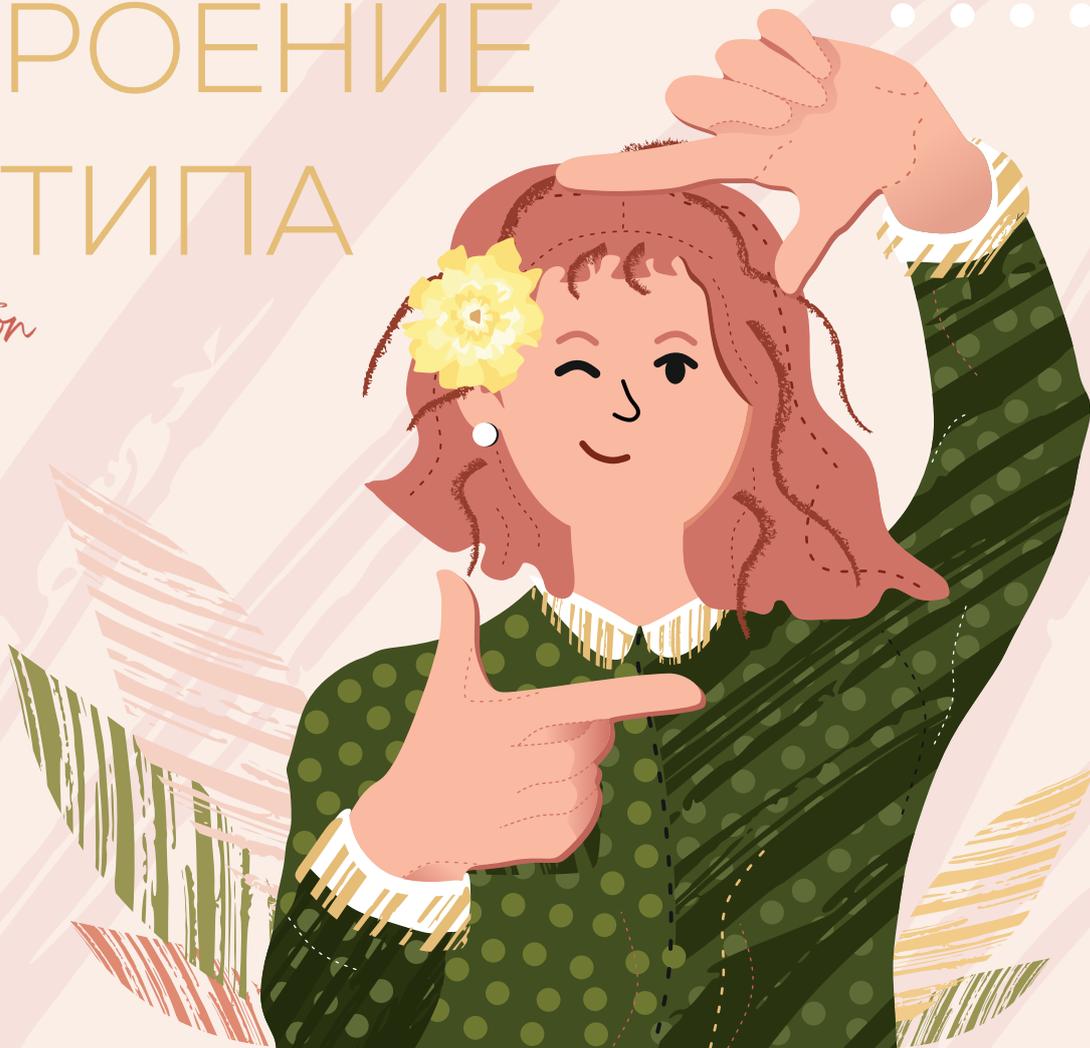
Поэтому неловкие моменты с «смотря какой *fabric* (2), смотря сколько *details* (3)» – это не понты, а показатель высоко уровня знания второго языка.

- 1) «Bilingual» – (от лат. *bi* – «два», *lingua* – «язык») человек, владеющий двумя языками.
- 2) «Fabric» – (анг.) ткань.
- 3) «Detail» – (анг.) деталь.

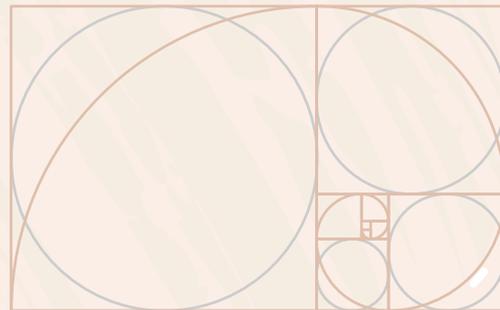


ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА

Logo construction

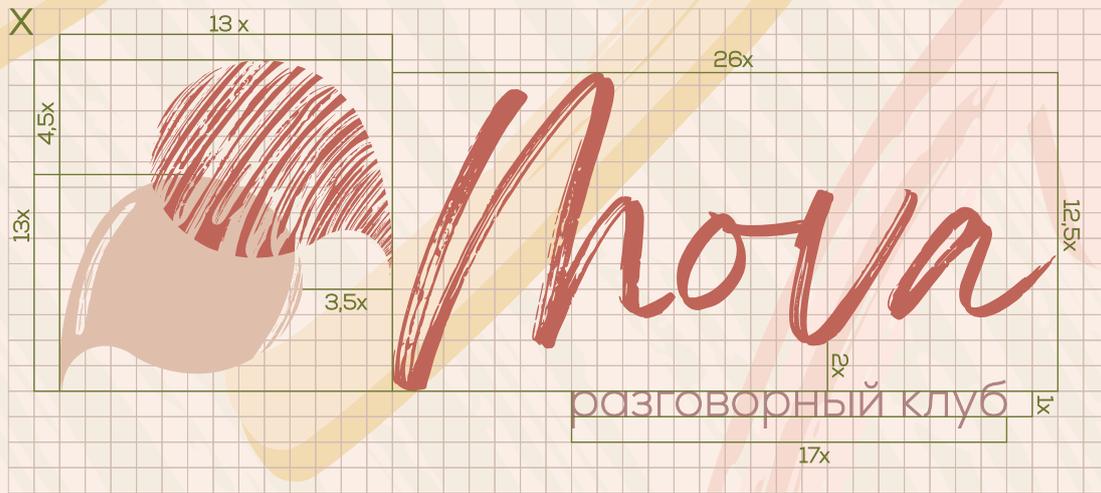


Логотип – это графическое изображение или символ, который представляет собой уникальную идентификацию бренда, компании. Логотип обычно включает в себя специфический дизайн, цвета и шрифты, которые ассоциируются с брендом. Он может содержать как графические элементы, так и текст.



Логотип построен с помощью окружностей золотого сечения.

Логотип – от гр. «logos» – слово, «typos» – отпечаток. Первым прототипом современного логотипа стала геральдика, которая берет свое начало в 1096 году. Первые гербы появились благодаря рыцарским турнирам, где все хотели повисить свою узнаваемость.



Modular grid (1) – это система направляющих линий, которые образуют основу общей композиции или «frame» (2).

Логотип построенный по модульной сетке позволяет упростить как и сам процесс разработки, так и восприятие конечного результата, делая сам знак более concise (3), где все элементы будут подчинятся определенным стандартам.

Минимальная единица сетки – «модуль» – может быть совершенно разной формы и size (4). За этот «модуль» взята высота буквы «а» в слове «разговорный».

- 1) «Modular grid» - (англ.) модульная сетка.
- 2) «Frame» - (англ.) каркас.
- 3) «Concise» - (англ.) лаконичный.
- 4) «Size» - (англ.) размер.



Varnostno področje (1) – это пустое пространство вокруг фирменного блока, которое vedno (2) должно оставаться свободным от других элементов, текста или графики.

Охранное поле позволяет избежать визуального шума и делает логотип более читаемым.

Оно обеспечит легкость восприятия, подчеркивая pomembnost (3) самого логотипа.

Соблюдать охранное поле важно не только на сайтах и рекламных материалах, но и на любых drugihih (4) носителях: на упаковке, сувенирной продукции и т.д.

1) «Varnostno področje» – (слов.) охранное поле.

2) «Vedno» – (слов.) всегда.

3) «Pomembnost» – (слов.) важность.

4) «Drugi» – (слов.) другой.

Such lovely words!



«Pikapolonica» - (слв.) божья коровка

«Piškote» - (слв.) печенье

«Trenutek» - (слв.) мгновение

«Amor» - (исп.) любовь

«Diáfano» - (исп.) кристально чистый

«Libélula» - (исп.) стрекоза

«Petrichor» - (анг.) землистый запах после дождя

«Epiphany» - (анг.) момент откровения

«Sophisticated» - (анг.) утонченный

ВАРИАНТЫ ПРИМЕНЕНИЯ

Opciones de aplicación





Blanco (1) вариант на черном фоне (без серых цветов)



Negro (2) вариант на белом фоне (с возможностью использовать серый)



Использование фирменного color (3) на белом фоне



Использование corporativo (4) цвета на черном фоне

Черно-белая (ч/б) версия знака или логотипа должна быть обязательна. Она используется, когда нет возможности напечатать полноцветную версию.

- 1) Blanco – (исп.) белый.
- 2) Negro – (исп.) черный.
- 3) Color – (исп.) цвет.
- 4) Corporativo – (исп.) фирменный.





Различная deformation (1) названия



Various (2) деформация логотипа



Использование не фирменных цветов



Использование только одного цвета

Единообразное использование логотипа обеспечит sustainable (3) восприятие бренда. Для того, чтобы он правильно воспринимался, необходимо обеспечить accuracy (4) его воспроизведения.

- 1) Deformation - (анг.) деформация.
- 2) Various - (анг.) различный.
- 3) Sustainable - (анг.) устойчивость.
- 4) Accuracy - (анг.) точность.



Mova

35*17 мм (для ручек и т.д.).



Mova
разговорный клуб

55*34 мм (для документов формата А4).

Skaliranje (2) – изменение размера логотипа для его размещения на различных носителях без потери sorazmérja (3). Если элементы масштабируются реалистично, они могут передавать občutek (4) структуры и порядка. Полная версия логотипа состоит из шрифтовой части и знака. Знак может располагаться как сверху так и слева от названия.



20*20 мм (для визиток и блокнотов).



Mova
разговорный клуб

66*24 мм (для beležnice (1), конвертов С6, Е65 и т.д.).

«Mova»

27*6 мм (для блокнотов, визиток и мелкой сувенирной продукции).

- 1) Beležnica – (слв.) блокнот.
- 2) Skaliranje – (слв.) масштабирование.
- 3) Sorazmérje – (слв.) пропорциональность.
- 4) Občutek – (слв.) ощущение.





Средняя насыщенность цвета в области логотипа не должна превышать 25% в градациях gris (1).

Средняя saturación (2) в области логотипа должна быть не менее 75% в градациях серого.

По отношению к логотипу фон должен быть контрастным и однородным, без мелких detalles (3).

1) «Gris» – (исп.) серый.

2) «Saturación» – (исп.) контрастность.

3) «Detalle» – (исп.) деталь.



tea

rain

England

queen

horse

manners

cup

! sherlock

detective

bus

Англия – консервативная, чтущая свои традиции страна расположенная на северо-западе Европы.

Slovenija

narava

pivo ljubezen potica

groszdzje družina

šport tradicija

Словения – богатая природой,
гостеприимная, свободолубивая
страна расположенная на
юго-востоке Европы.

sangría

toro

España

tango

fútbol

vacaciones

aceitunas

!

quindilla

Испания – красочная, солнечная,
жизнерадостная, страна,
расположенная на юго-западе
Европы.

guitarra

sol



«Kdor ima znanje, povsod zmaga.» (слв.)

«Кто знаниями обладает, тот всюду побеждает.»

«Prosta radovednost je za učenje jezika veliko pomembnejša od nujnosti.» (слв.)

«Для изучения языка гораздо важнее свободная любознательность, чем грозная необходимость.»

«Duro en el aprendizaje, fácil en la lucha.» (исп.)

«Тяжело в учении, легко в бою.»

«Poseer otra lengua es tener una segunda alma.» (исп.)

«Владеть другим языком – значит иметь вторую душу.»

«The man who has mastered knowledge sees his way.» (анг.)

«Человек, овладевший знаниями, видит свой путь.»

«Change your language and you will change your thoughts.» (анг.)

«Измените свой язык, и вы измените свои мысли.»

ФИРМЕННАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Kорпоративна документација



Оформление фирменного invitation (1).
Формат А5 (210*148 мм).

Размер font (2) - 18pt и 14pt.

На приглашении обязательно должны быть элементы фирменного стиля (логотип).
Для текста используется шрифт Nexa.

Фирменное приглашение – это неофициальный документ. Это значит, что к его оформлению не предъявляется никаких stringent (3) требований. Изготовление фирменных приглашений является частью имиджевой рекламы компании, подчеркивает ее success (4) и респектабельность.

Популярность печатных приглашений берет своё начало в 17 веке. Тогда в газетах рассказывали о предстоящих свадьбах вельмож (таким образом приглашая других людей высших чинов). А вот персональные приглашения, напоминающие современные, появились лишь в 19 веке, когда возникла литография.

- 1) «invitation» - (англ.) приглашение.
- 2) «Font» - (англ.) шрифт.
- 3) «Stringent» - (англ.) жесткий (пер.).
- 4) «Success» - (англ.) успех.





Оформление фирменного ovojnice (1).
Формат E65 (220*110мм).

На конверте обязаны находиться элементы фирменного стиля (логотип, паттерн). В оформлении так же используются фирменные цвета.

Конверт E65 подходит для пересылки сложенных A4 и A5. Также используется для рассылки пригласительных vstopnic (2), поздравительных карточек, открыток.

Фирменный конверт выполняет представительские функции, сообщая информацию об отправителе, его статусе и фирменном стиле еще до ознакомления с текстом письма.

- 1) «Ovojnica» – (слв.) конверт.
- 2) «Vstopnica» – (слв.) билет.
- 3) «Pomembnost» – (слв.) важность.
- 4) «Drugi» – (слв.) другой.





Оформление фирменной de tarjetas de visita (1).

Формат - 90*50мм.

На визитке обязаны находиться элементы фирменного стиля (логотип, паттерн).

Визитка – clásico (2) носитель контактной информации об организации. Визитка включает nombre (3) владельца, и контактную информацию.

Визитная карточка является важной частью делового de la etiqueta (4). Она помогает человеку представиться и обменяться контактами с потенциальными партнёрами или клиентами.

- 1) «Tarjeta de visita» - (исп.) визитной карточки.
- 2) «Clásico» - (исп.) классический.
- 3) «Nombre» - (исп.) имя.
- 4) «Etiqueta» - (исп.) этикет.



Оформление фирменного booklet (1). Буклет – наиболее информативный и экономичный вид advertizing (2) полиграфии. Самый популярный вид буклета – евробуклет (или leaflet (3)). Задача буклета – заинтересовать клиента, побудить его к выполнению действия.

Первые буклеты появились впервые в маленькой стране Люксембург аж в 1895 году, затем эта удачная идея распространилась по миру. Популярность и удобство «марочных корочек» привели к тому, что почтовые администрации многих стран стали использовать их в информационном и рекламных целях.

Необходимые элементы для буклета – текст, графика; Логические элементы для захвата – предложение, контактная информация, call to action (4), мотивация клиента.

- 1) «Booklet» - (анг.) буклет.
- 2) «Advertizing» - (анг.) рекламный.
- 3) «Leaflet» - (анг.) двухсторонний лист, с 2-умя параллельными сгибами.
- 4) «Call to action» - (анг.) призыв к действию.

Оформление uradne glave pisma (1).

Формат А4 (210*297 мм).

Размер pisave (2) - 14pt.

На официальном бланке обязательно должны быть элементы фирменного стиля (логотип). Для текста используется шрифт Nexa.

Фирменный бланк – обязательный элемент корпоративной документации. Его используют для деловой dopisovanje (3), отправки коммерческих предложений и других вариантов корпоративной документации.

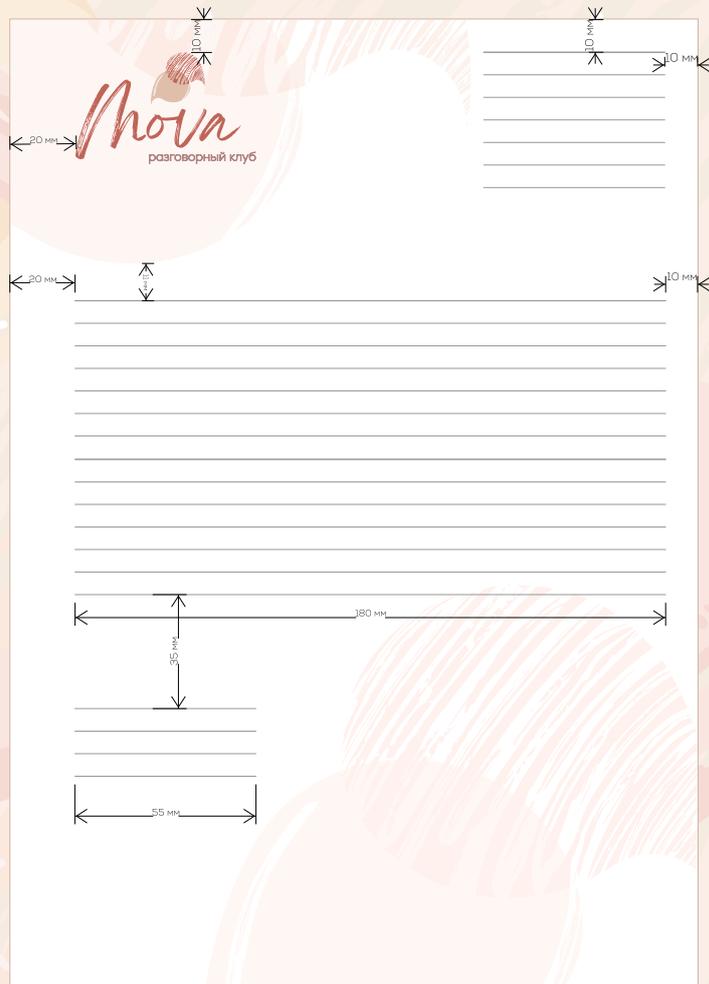
История бланков насчитывает более двух столетий, что свидетельствует о стабильности традиций в оформлении документов. Ещё в начале 18 века официальные документы писались на гербовой papirju (4). Впервые штемпелирование бумаги гос. гербом для составления официальных бумаг было введено в Голландии в 1624 году.

1) «Uradne glavno pismo» – (слв.) официальный бланк.

2) «Pisave» – (слв.) шрифт.

3) «Dopisovanje» – (слв.) переписка.

4) «Papir» – (слв.) бумага.



ФИРМЕННЫЕ

ЦВЕТА

Brand colors



R:195 G:157 B:138
#C39D8A

R:229 G:189 B:119
#E5BD77

R:241 G:229 B:221
#F1E5DD

Символический цвет Мадрида -
цвет солнца.

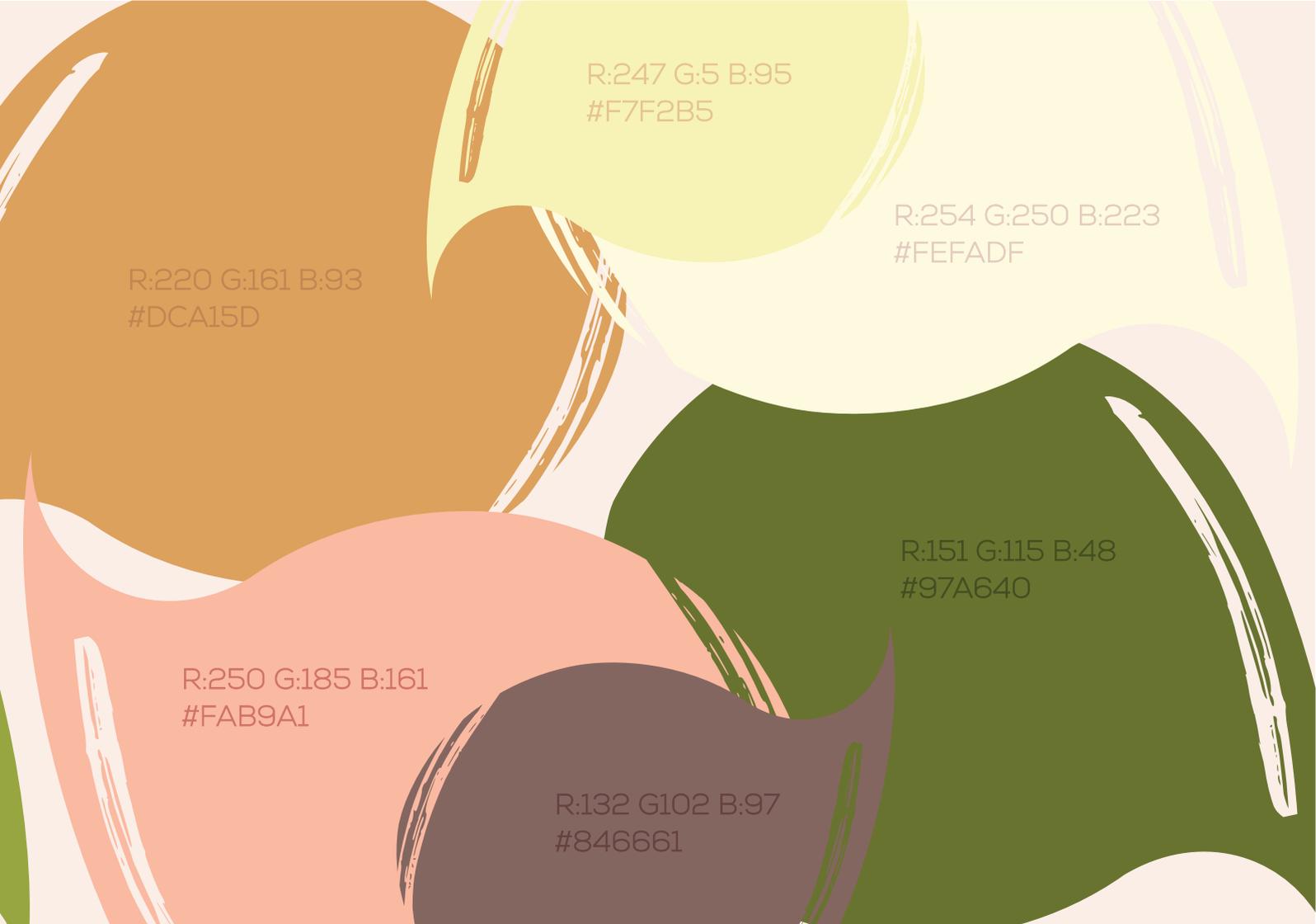
Символический цвет Любляны -
цвет природы.

Символический цвет Лондона -
цвет розы нац. эмблемы.

R:208 G:115 B:103
#D07367

R:148 G:61 B:44
#943B2C

R:151 G:166 B:64
#97A640



R:247 G:5 B:95
#F7F2B5

R:254 G:250 B:223
#FEFADF

R:220 G:161 B:93
#DCA15D

R:151 G:115 B:48
#97A640

R:250 G:185 B:161
#FAB9A1

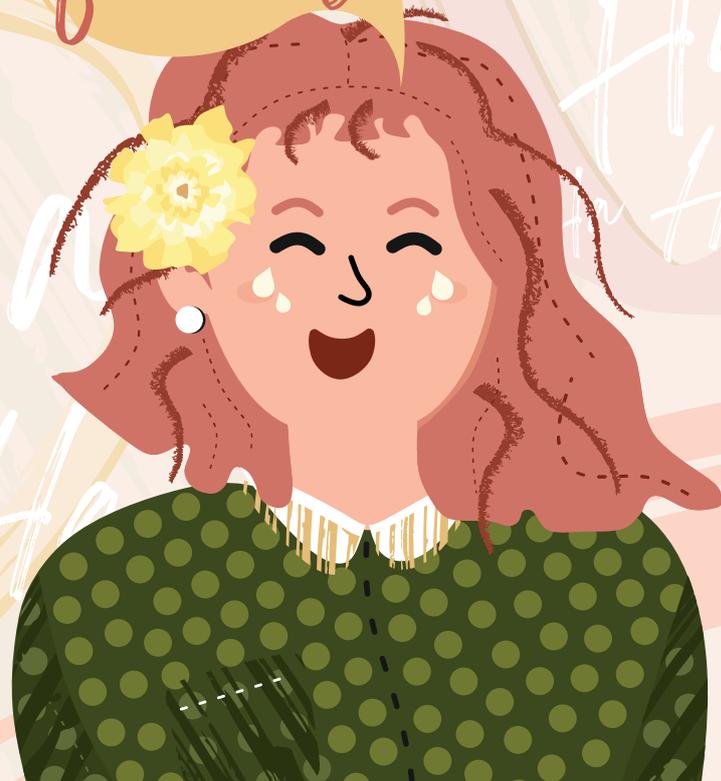
R:132 G:102 B:97
#846661

«Ponos» - (слв.) гордость
«Podhujka» - (слв.) козодой (птица)
«Srajca» - (слв.) рубашка

«Mochila» - (исп.) рюкзак
«Pruebalo» - (исп.) Попробуй!
«Niebla» - (исп.) туман

«Pedestrian» - (анг.) пешеход
«Bloviate» - (анг.) быть многословным
«Cacophony» - (анг.) плохое звучание

Sooo funny!



ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Fuentes corporativas



Фирменным называют la letra (1), который компания использует на всех носителях своего фирменного стиля, где предполагается disponibilidad (2) текста. Это, например, наружная реклама, полиграфическая продукция, сайт, визитки, социальные сети и т.д.

Глаголица – первый славянский алфавит. Создан в середине IX века византийским миссионером Кириллом для перевода богослужебных текстов с греческого языка на старославянский. Самая первая надпись на глаголице, датировка которой не вызывает сомнений, сделана в 893 году в храме царя Болгарии Симеона в городе Преславе.

Шрифты- integrantes (3) элементы формирования фирменного стиля любой компании. От их la combinación (4) и уместности зависит возможность привлечения внимания, актуальность зрительного восприятия логотипа и его способности быть запоминающимся.

- 1) «La letra» - (исп.) шрифт.
- 2) «Disponibilidad» - (исп.) наличие.
- 3) «Integrantes» - (исп.) неотъемлемые.
- 4) «Combinación» - (исп.) сочетание.

Breathing

(основной)

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Nexa

(дополнительный)

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnpqrst

ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

Korporativni vzorec



Фирменный паттерн – это повторяющийся графический элемент, который становится del (1) узнаваемого идентификационного стиля компании или бренда. Он может включать в себя логотипы, цветовые схемы, текстуры, символы или другие элементы, которые являются edinstveni (2) идентификаторами бренда.

Самые древние паттерны можно увидеть и в искусстве Древней Греции и Древнем Египте, Ассирии, Индии. Чаще, это элементы украшений бытовых предметов. Разные техники использовались для их нанесения, но их объединяет повторение часто графических элементов, собранных в некоторое ритмичное изображение.

Основной naloga (3) паттернов в дизайне является oblikovanje (4) узоров и айдентики (элементы, формирующие образ для аудитории). Они служат для проработки фирменного стиля бренда. Как и логотипы паттерн входит в число самых узнаваемых сторон марки или компании.

- 1) «Del» – (слв.) часть.
- 2) «Edinstveni» – (слв.) основной.
- 3) «Naloga» – (слв.) задача.
- 4) «Oblikovanje» – (слв.) формирование.



ЗНАКИ КОММУНИКАЦИИ

Communication signs



Пиктограмма – это sign (1), который в схематичном виде изображает самые важные черты объекта, который он обозначает. За счет своей быстрой считываемости и узнаваемости пиктограммы широко используются и в daily (2) жизни, и в дизайне продуктов, сайтов и приложений.

Первые из известных систем пиктографии были созданы ок. 3000 г. до н.э. египтянами в северо-западной Африке и шумерами в южном Двуречье. Уже на самых ранних египетских надписях, датируемых 2900-2800 гг. до н.э. ясно видны принципы системы письма. Каждый символ представляет собой небольшое изображение, необходимым свойством которого было сходство с изображаемым объектом.

Пиктограммы находят свое применение и в брендинге. Очень часто логотип completely (3) является пиктограммой или содержит ее как одну из составляющих частей. Такие схематичные изображения как нельзя лучше suits (4) для выражения основной идеи бренда.

- 1) «Sign» – (анг.) знак.
- 2) «Daily» – (анг.) ежедневный.
- 3) «Completely» – (анг.) полностью.
- 4) «To suit» – (анг.) подходить.



вайфай



выход



гардероб



зона чтения



м.туалет



ж.туалет



зона кино



ресепшн



огнетушитель



курение
запрещено



буфет



с животными
запрещено



направление



лестница



зона для
общения

Branje knjige (1) – это активное освоение наиболее употребляемых в современном автору языке слов. Чтение обеспечивает экспозицию естественного языка. Читая книги, мы встречаем наиболее употребляемые besede (2) и фразы так много раз, что мы запоминаем их автоматически, на уровне подсознания. Так как мы изучаем и закрепляем слова и фразы в naravnih (3) и реальных ситуациях, они легко и естественно добавляются к нашему уже существующему словарному запасу.

- 1) «Branje knjige» – (слав.) чтение книги.
- 2) «Beseda» – (слав.) слово.
- 3) «Naravni» – (слав.) естественный.



Язык – это средство общения. Ваши разговорные навыки будут улучшаться с каждой *esforzarse* (1) общения на иностранном языке. Спустя время, вы будете уже говорить не думая, не останавливаясь, без пауз и пробелов. Не бойтесь сделать ошибку. *Oportunidad* (2) наблюдать за своим ростом даст неоценимый импульс мотивации. Общение на чем-либо родном языке также демонстрирует *estimación* (3) и позволяет вам установить контакт на более глубоком уровне. Вы можете быть удивлены, насколько открытыми становятся люди, когда вы говорите на их родном языке.

Если вы не будете говорить, так и не заговорите, помните об этом.

- 1) «Esforzarse» – (исп.) попытка.
- 2) «Oportunidad» – (исп.) возможность.
- 3) «Estimación» – (исп.) уважение.

Просмотр фильмов помогает *enrich* (1) словарный запас, прокачать навык аудирования и понять, как грамматически правильные конструкции используются в реальной жизни. Что касается *singularities* (2) другой культуры, то просматривая фильмы и сериалы на английском языке, вы можете познакомиться с обычаями, традициями и менталитетом носителей английского языка.

Прослушивание песен во время обучения влияет на повышение мотивации к занятиям и способность удерживать внимание. Музыка способствует изучению иностранных языков, улучшает *memory* (3), активизирует мозг и оказывает другие виды положительного воздействия на человека.

- 1) «Enrich» – (англ.) обогатить.
- 2) «Singularity» – (англ.) особенность.
- 3) «Memory» – (англ.) память.



If someone says you're wearing
rose-colored glasses, say

«The la
pela»

Your dreams are much more
important than the words of others.

ФИРМЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ

Branded products



Фирменный cuaderno (1) – это визитная карточка любой компании, на обложках и страницах которого размещена самая важная информация об организации. Это excelente (2) рекламный инструмент для различного рода рекламных кампаний, выставок и презентаций.

Блокнот – отличный инструмент, который помогает impulsar(3) личную производительность, делать эффективное planificación (4).

Наиболее распространенный формат блокнота: A5 (148×210 мм).

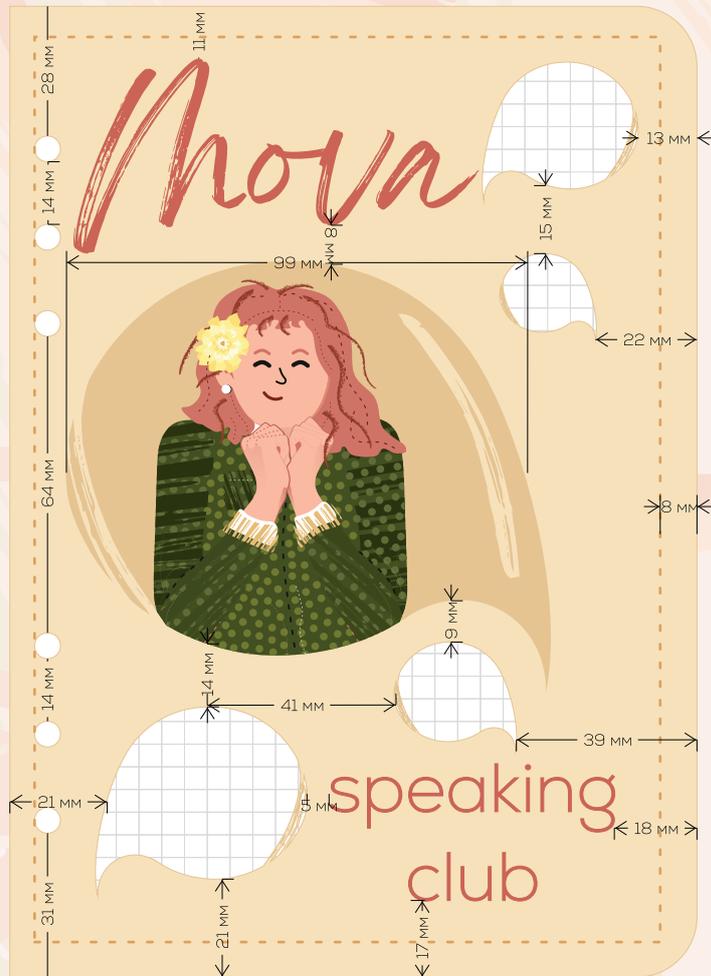
Впервые блокнот потребовался французам – при дворе Людовика XIV любили писать записочки и передавать их было принято незаметно. Эти записки не должны были быть просто клочками бумаги, это была целая культура, и потребность в эстетике была немалая. Листочки содержались в специальной маленькой обложке-книжечке. Как правило, они были еще и согнуты так, чтобы можно было быстро свернуть послание конвертом и скрыть от посторонних глаз.

1) «Cuaderno» – (исп.) блокнот.

2) «Excelente» – (исп.) отличный.

3) «Impulsar» – (исп.) повысить.

4) «Planificación» – (исп.) планирование.



Фирменный slovar (1). Предназначен для записи изученных слов, их ponavljanja (2) и самопроверки. На первой странице размещен алфавит, на последних – грамматический материал. Каждая страница словарика поделена на части для удобства ведения записей.

Словарь – базовый предмет без которого невозможно представить изучение иностранного jezika (3). Записывая слова от руки мы zapomnimo (4) их намного лучше.

Наиболее распространенный формат словариков: А6 (148×105 мм).

Письмо от руки просто вынуждает человека погружаться в то, что они пишет, четко и ясно формулировать свои мысли. Как результат – мозг намного активнее работает, что и приводит к усилению его когнитивных способностей. Благодаря этому лучше работает и память, а значит, человек запоминает больше информации и она сохраняется на более долгий срок.

- 1) «Slovar» – (слв.) словарик.
- 2) «Ponavljanje» – (слв.) повторение.
- 3) «Jezik» – (слв.) язык.
- 4) «Zapomniti» – (слв.) запоминать.



Оформление фирменного стикерпака.
 Стикерпак – с англ. Sticker (1) + pack (2) – это тематический набор наклеек, объединенных общей темой и стилем, распечатанных и вырезанных по контуру на листе формата А5.

Стикеры не только support (3) айдентику бренда, но и влияют на её развитие, добавляя новые графические элементы. Additional (4) плюсом разработки фирменного стикерпака является увеличение потребительской лояльности к бренду.

Первая самоклеящаяся этикетка была создана американским предпринимателем Стентоном Эвери в 1935 году. «Вдохновителями» стали продавцы цветов на улице, которые для привлечения покупателей прикрепляли цветы к коробкам бумажными этикетками. Они использовали резиновый клей, что было крайне неудобно.

- 1) «Sticker» – (англ.) наклейка.
- 2) «Pack» – (англ.) упаковка.
- 3) «Support» – (англ.) поддерживать.
- 4) «Additional» – (англ.) дополнительный.





¡Aprendi

todo!

¡No va



In kako naj
razumem
vsa narečja?

Prova

«The» or «A»?
again



Prova

MOCUPS





Mnova
pogovorni klub
Odprti jezik svoje diše

Mnova
Mnova je prostovoljski klub, ki se ukvarja s spodbujanjem in izboljševanjem jezikovnih veščin svojih članov. Ključna naloga kluba je spodbujanje in izboljševanje jezikovnih veščin svojih članov. Ključna naloga kluba je spodbujanje in izboljševanje jezikovnih veščin svojih članov.

Mnova
pogovorni klub
Odprti jezik svoje diše

Mnova
pogovorni klub
Odprti jezik svoje diše

Mnova
pogovorni klub
Odprti jezik svoje diše

Hi! Hello! Hallo!
Ziya! Hello! Hi!
Ola! Ziya! Hi!
Ola! Ciao!
Bok!

spreek **with** **read**
pogovorni klub
Odprti jezik svoje diše

Mnova
pogovorni klub
Odprti jezik svoje diše



horse
cup
detective
man
sherlock
bus

Slovenija
narava potica
pivo ljubezna družina
groszolja tradicija
sport

sangria tango
aceitunas quindilla
guitarra
toro
futbol
vacaciones
sol

España
sangria tango
aceitunas quindilla
guitarra
vacaciones
sol
Испания - красная, солнечная, жизнерадостная страна, расположенная на юго-западе Европы.

tea rain
horse queen
cup
detective
Engl

narava potica
zina
icija
Богатые природой, традиционной, восхитительная страна расположена на юго-западе Европы.

tea rain
horse queen
cup
manners
sherlock
bus
England
Англия - консервативная страна, расположенная в северо-западе Европы.

España



In kako naj razumem vsa narečja?

iAprendi todo!

Nova

iAprendi todo!

Nova

The or

Nova

ko naj razumem vsa narečja?

Nova

The or A *again*

iAprendi





Mova

разговорный клуб

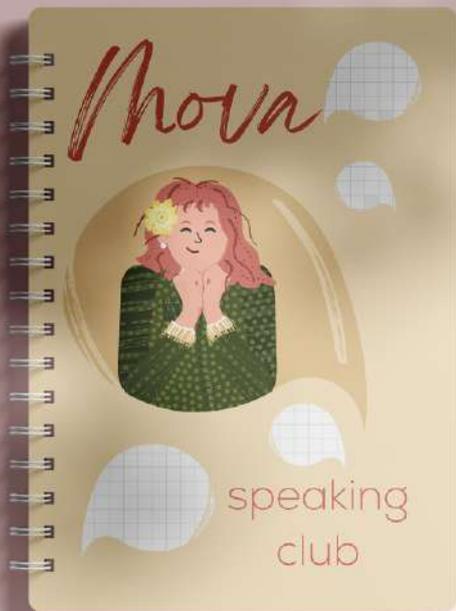
starost	возраст	Lubezen	любовь
obris	облик	jezik	язык
skarje	ножницы	narečje	диалект
lasje	волосы	beseda	слово
jagoda	Lubezen	любовь	plesati
vino	jezik	язык	roka
pjača	narečje	диалект	zvezek
soba	beseda	слово	učbeni
zdaj	ovojnica	конверт	pikapolor
rostni dan	beležnica	блокнот	piškote
glasba	pomembnost	важность	kruh
šola	brati	читать	roža
trenutek	ponoviti	повторять	sanje
pazabiti	udobje	уют	živjol
	občutek	ощущение	naslov
	čustvo	чувство	ura
	govoriti	говорить	luč
	oči	глаза	študirati
	narava	природа	grozdje
	duša	душа	miza
	vedno	всегда	družina
	klepetati	болтать	fant
	užitek	удовольствие	dekle
	srečno!	удачи!	se vidimo!
	naravnost	прямо	prastor

s l o v a r
n i z a d h
b e s e d e
a e o i b i



čas	часы
svet	свет
učiti	учить
vinograd	виноград
stol	стол
sema	семья
malčiček	мальчик
dekle	девочка
se vidimo!	увидимся!
prastor	пространство





daily PLANNER

to do list:

- * shop
- * homework
- * tutor
- * unsping up
- * reading
- *
- *
- *

main goals:

- * listening
- * vocabulary
- * grammar

remainders:

- * buy a book
- * check e-mail
- *

results:

- * listening - done
- * reading - done
- * nap - done

Mova

NOTES

x
x
x

Me la
pe la

Quiz



«Mova» – открой язык своей души



INVITATION

«Mova» - это разговорный клуб для любителей иностранных языков всех возрастов.

Но это не просто место для изучения языков - это портал в хорошее настроение, приятную атмосферу, где можно не бояться своих ошибок и выглядеть глупо, ведь именно здесь вы можете развиваться в кругу таких же людей как и вы, найти ту самую «soulmate» и быть уверенным в своем успехе на все 100%

JOIN US!





Moiva
papelaria klub
Hello!

Moiva
papelaria klub
¡Qué broma!

Moiva
papelaria klub
Leptotal!

Moiva
papelaria klub
¡Qué broma!

Moiva
papelaria klub
Leptotal!

Moiva
papelaria klub
Hello!

Moiva
papelaria klub
¡Qué broma!

Moiva
papelaria klub
Hello!

Moiva
papelaria klub
¡Qué broma!

Moiva
papelaria klub
Leptotal!



Я хочу говорить со
всеми, всегда, обо
всём. Я ошибаюсь,
я учусь. Я горю желанием.
Я мечтаю. Я путешествую.
Я познакомлюсь со всеми.
И ничего меня не остановит!
Да, даже размер этого плаката

Вместе с нами ты станешь таким же бесстрашным как Майя, присоединяйся!

Moya

!Holal
Hi!
Zirjol
Ciro!
Olal
Bok!



M o v a



j ċ u s t v o y
n s v l ċ d u p
x l u b e z e n
b h o v a k ž
k m o v a b u
n i t e d h z
y s r j e z l
a e o i b i x





Mova
разговорный клуб

M



В

эффективных
способа изучения
иностранного языка

Mova

Join us!

3

любимые
страны
нашего клуба

Mova

Join us!

1 Slovenija

Словения - небольшое государство в Центральной Европе с прекрасной природой, историей и дивной культурой. Страна входит в состав Европейского Союза и Шенгенского соглашения. Она расположена на стыке Балкан и Центральной Европы, в восточной части Азии и северной Австралии. Страна граничит на севере с Австрией, на западе с Италией, на юго-востоке с Угорщиной, на северо-востоке с Венгрией.



2 España

Испания - государство в Юго-Западной Европе. Это одно из крупнейших стран Европейского союза, расположенной на Пиренейском полуострове и включающей в себя 2/3 его территории. Испания входит в состав Европейского Союза и Шенгенского соглашения. Страна граничит на западе с Францией, на юге с Португалией, на северо-востоке с Италией, на северо-востоке с Андоррой и является конституционной монархией.



3 England

Англия - страна в одноименном королевстве Великобритании и Северной Ирландии. Великобритания - островная страна в Северной Европе, включающая в себя Великобританию, Ирландию и Шетландские, Оркнейские и Фарерские острова. Великобритания не имеет собственной государственной территории, принадлежат соответствия России автономные территории и исторические области Великобритании.





Mova



Mova



Mova

Colastro



ORANGE PEEL



Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav



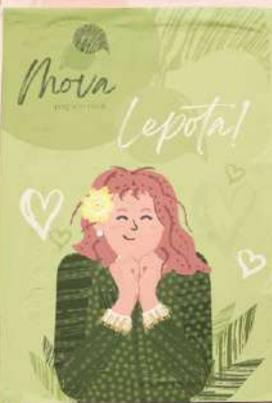
Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav



Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav



Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav



Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav



Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav

Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav



Love
Lubezen
Amor
Laska
Meile
Ljubav








Mova
pogovorni klub

Odpri jezik svoje duše



Join us!



Se
viamos!



pro!

