

**HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG
BỘ NHẬN DIỆN VÀ
TRUYỀN THÔNG
THƯƠNG HIỆU**



**Quỹ
Kiến tạo
Ước mơ**

MỤC LỤC

1. Giới thiệu Quỹ Kiến tạo Ước mơ

- 1.1. Thông tin chung
- 1.2. Câu chuyện của chúng tôi
- 1.3. Tầm nhìn và Sứ mệnh

2. Quy chuẩn thương hiệu

- 2.1. Tên thương hiệu
- 2.2. Logo
- 2.3. Kiểu chữ
- 2.4. Hợp tác thương hiệu
- 2.5. Ấn phẩm thương hiệu

3. Hướng dẫn truyền thông

4. Thông tin liên hệ

GIỚI THIỆU QUỸ KIẾN TẠO ƯỚC MƠ



1.1. Thông tin chung

Quỹ Kiến tạo Ước mơ (Dream Maker Foundation - DMF) là quỹ xã hội, tổ chức và hoạt động không vì mục đích lợi nhuận, nhằm:

- Hỗ trợ, giúp đỡ công dân, tổ chức Việt Nam trong các lĩnh vực Giáo dục, Y tế, Công nghệ và An sinh xã hội.
- Tài trợ, khen thưởng, động viên các cá nhân, tập thể có thành tích tốt trong học tập và nghiên cứu; hỗ trợ khắc phục khó khăn trong cuộc sống, đặc biệt là trẻ em, người già, học sinh; hỗ trợ xây dựng và cải tạo các điểm trường, cơ sở y tế, nhà dân... ở vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo.
- Tham gia phục vụ các chương trình xã hội - từ thiện phù hợp với quy định của Pháp luật.

Quỹ hoạt động dưới sự bảo trợ của Công ty Cổ phần VNG, có giấy phép tại Việt Nam, theo Quyết định số 185/QĐ-BNV ngày 17 tháng 3 năm 2023 của Bộ trưởng Bộ Nội Vụ, và được quyền quyền góp tài chính, vận động tài trợ, gây quỹ từ các tổ chức, cá nhân Việt Nam.

*Tổ chức phi lợi nhuận
tập trung vào các lĩnh vực
Giáo dục, Y tế, Công nghệ
và **An sinh xã hội***



1.2. Câu chuyện của chúng tôi

Quỹ Kiến tạo Ước mơ, tiền thân là Quỹ từ thiện Cộng đồng người sử dụng Internet Việt Nam (VNIF), được thành lập năm 2010 bởi ông Lê Hồng Minh, Nhà sáng lập và Chủ tịch Công ty Cổ phần VNG, nhằm góp phần nâng cao chất lượng sống của người Việt Nam.

Hành trình của chúng tôi bắt đầu từ một niềm tin giản dị: mọi người, dù ở nơi đâu, đều xứng đáng được tiếp cận với những lợi ích mà công nghệ và Internet mang lại. Năm 2013, VNIF khởi xướng chương trình "Đưa Internet về làng", trao tặng máy tính và kết nối Internet cho học sinh và giáo viên ở những khu vực khó khăn. Chương trình này đã mở ra cánh cửa tri thức, giúp hàng nghìn trẻ em tiếp cận với thế giới rộng lớn.

Càng đi sâu vào cộng đồng, chúng tôi càng thấu hiểu những hoàn cảnh và thách thức mà nhiều người phải đối mặt. Trong gần 15 năm qua, chúng tôi đã đồng hành cùng cộng đồng qua hàng loạt dự án ý nghĩa như Tặng xuống Chủ Quyền (CQ), xây trường, trao học bổng tại Trường Sa; dự án "Vì Nụ Cười" - hỗ trợ phẫu thuật cho trẻ hở hàm ếch; đồng hành trong các hoạt động giảm tỷ lệ tử vong ở trẻ sơ sinh; tài trợ UpRace - dự án chạy bộ cộng đồng có sức ảnh hưởng lớn nhất Việt Nam... Và đặc biệt là "Saigon Heroes" - dự án hỗ trợ vật tư, thiết bị y tế cho các bệnh viện trong đại dịch Covid-19.

Sau hơn một thập kỷ hoạt động, năm 2023, để phù hợp với những khát vọng xa hơn, VNIF chính thức đổi tên thành Quỹ Kiến tạo Ước mơ (DMF). Với các lĩnh vực trọng tâm: Giáo dục, Y tế, Công nghệ và An sinh xã hội, Quỹ cam kết tiếp tục hành trình lan tỏa yêu thương, chung tay kiến tạo một tương lai tốt đẹp hơn.

2010



2023



Quỹ
Kiến tạo
Ước mơ



1.3. Tầm nhìn và Sứ mệnh

Tầm nhìn:

Góp phần kiến tạo một Việt Nam phát triển, nơi mọi người đều có cơ hội tiếp cận với Y tế, Giáo dục, An sinh xã hội và Công nghệ tiên tiến.

Sứ mệnh:

Hỗ trợ và tạo ra các sáng kiến cộng đồng về Giáo dục, Y tế, Công nghệ và An sinh xã hội cho nhóm người yếu thế.



QUY CHUẨN
THƯƠNG HIỆU

2.1. Tên thương hiệu

Tên đầy đủ:

- Tiếng Việt: **Quỹ Kiến tạo Ước mơ**
- Tiếng Anh: **Dream Maker Foundation**

Tên viết tắt: **DMF**

Cách viết đúng (Được áp dụng): Quỹ Kiến tạo Ước mơ, Dream Maker Foundation, DMF

Cách viết sai (Không được áp dụng): Dream maker foundation, Quỹ kiến tạo ước mơ, KTUM, KTƯM

Lưu ý:

- Khi giới thiệu đầy đủ về tên Quỹ trong văn bản, cần trình bày rõ tên tiếng Việt, tiếng Anh và viết tắt như sau: *Quỹ Kiến tạo Ước mơ (Dream Maker Foundation – DMF).*
- Tùy theo ngữ cảnh và đối tượng giao tiếp mà sử dụng linh hoạt tên tiếng Việt, tiếng Anh hoặc tên viết tắt sao cho phù hợp.

2.2. Logo

Ý nghĩa:

Logo của Quỹ Kiến tạo Ước mơ được thiết kế với ý nghĩa sâu sắc, thể hiện cam kết của Quỹ trong việc tạo ra giá trị thực tiễn và lan tỏa tích cực đến cộng đồng.

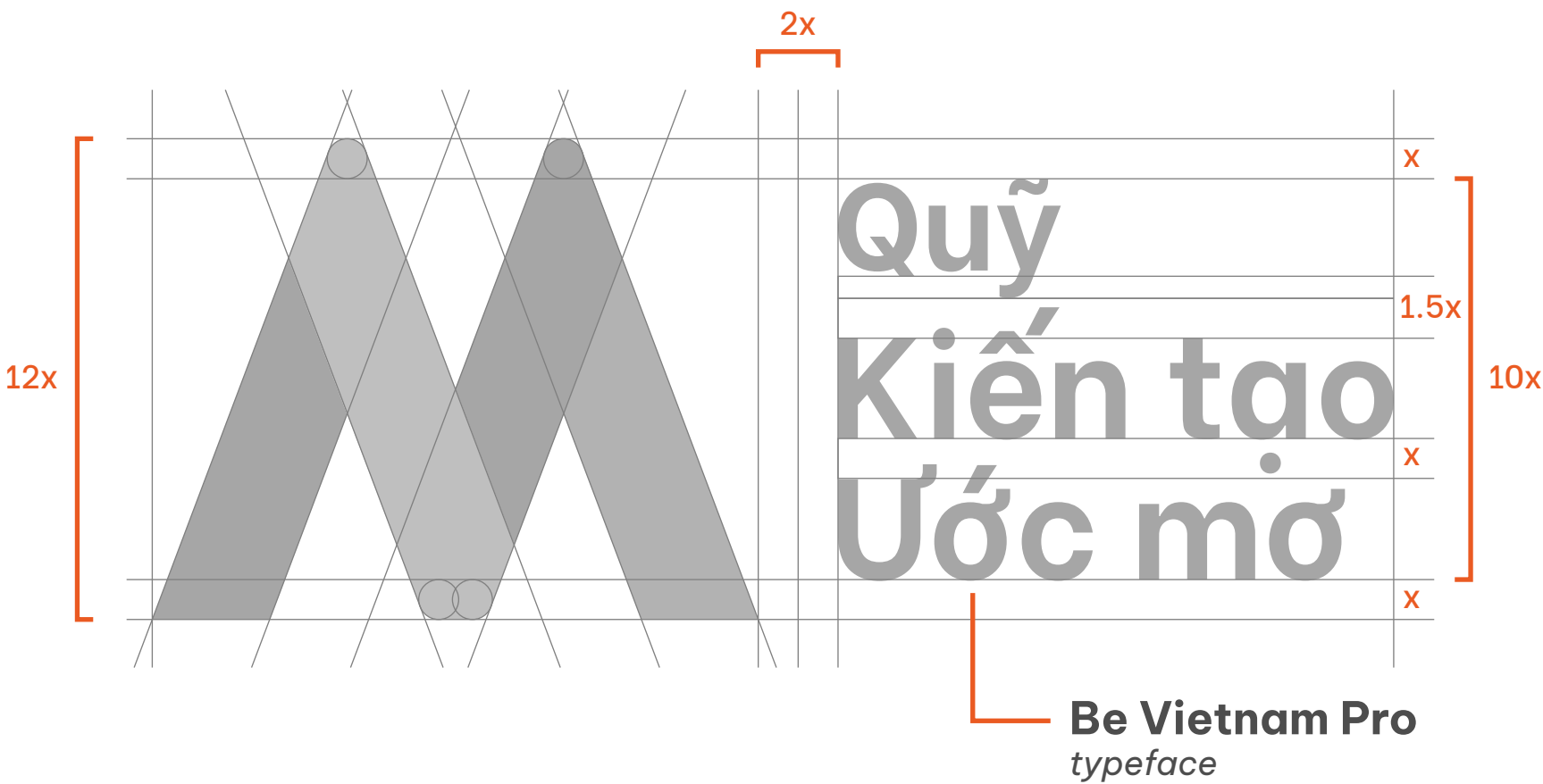
Biểu tượng:

Hình chữ M – Biểu tượng cho kiến tạo và phát triển

- Chữ M là viết tắt của **Maker**, thể hiện sứ mệnh của Quỹ trong việc **kiến tạo** những giá trị thiết thực và ý nghĩa.
- Chữ M cũng tượng trưng cho mái trường, mái nhà, biểu tượng của tri thức và tương lai, nơi Quỹ đồng hành để chắp cánh ước mơ cho thế hệ trẻ. Đồng thời, chữ M còn mô phỏng những ngọn núi, thể hiện cam kết của Quỹ trong việc hướng đến những vùng xa xôi của Tổ quốc, mang cơ hội tiếp cận Giáo dục, Y tế và Công nghệ cho cộng đồng.

Chữ V ở trung tâm – Biểu tượng cho tổ chức bảo trợ và đổi mới

- Chữ V là đại diện của VNG, tổ chức sáng lập và bảo trợ Quỹ, đồng thời là biểu tượng cho vai trò tiên phong trong công nghệ, thể hiện sự nhiệt huyết, sáng tạo và nỗ lực không ngừng để hiện thực hóa những ước mơ.



2.2. Logo

Màu sắc:

- Hai gam màu tương phản cam và xanh tạo nên sự hài hòa của sức mạnh công nghệ và kết nối xã hội – hai yếu tố cốt lõi trong hành trình của Quỹ. Cam thể hiện sự kiên trì, lòng quyết tâm và khát vọng dùng công nghệ kiến tạo giá trị tốt đẹp. Xanh đại diện cho sự bền vững, lòng nhân ái và tinh thần gắn kết cộng đồng.
- Hệ thống màu sắc thương hiệu của Quỹ được quy định rõ ràng để đảm bảo tính nhất quán, chuyên nghiệp trong mọi ấn phẩm và hoạt động truyền thông.

Xanh DMF Teel #008282 R0 G130 B130 C85 M30 Y50 K10	Common Teel R70 G160 B160 C70 M20 Y40 K0	
Harvest Orange R220 G80 B34 C10 M80 Y100 K0	Cam DMF #f05a22 R240 G90 B34 C0 M80 Y100 K0	

2.2. Logo

Logo biểu tượng



Logo tiếng Việt



Phiên bản chuẩn



Logo tiếng Anh



Standard logo



Phiên bản logo:

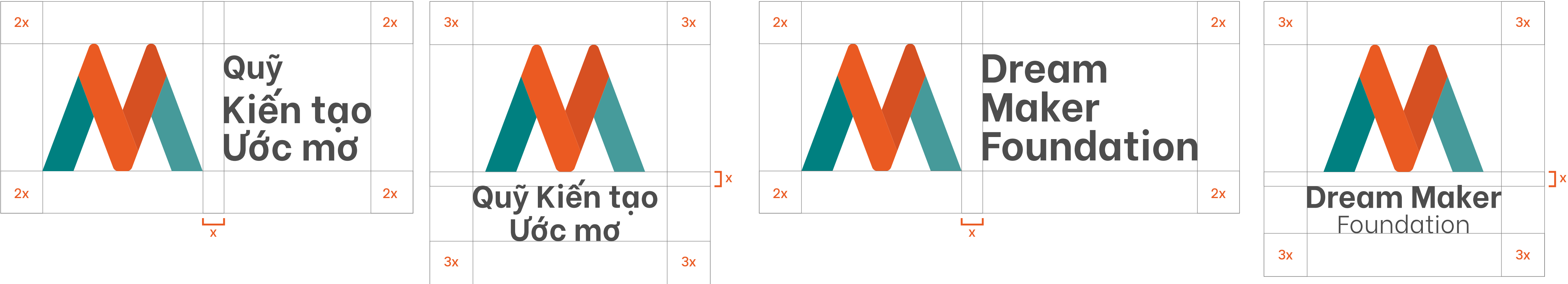
- Logo chính thức được thể hiện ở 2 ngôn ngữ: logo tiếng Việt và logo tiếng Anh.
- Mỗi ngôn ngữ logo bao gồm 03 phiên bản khác nhau, nhằm đáp ứng linh hoạt các mục đích sử dụng.
- Luôn ưu tiên sử dụng phiên bản chuẩn (standard logo).

Lưu ý khi sử dụng logo:

- Tuyệt đối không thay đổi hình dáng, tỷ lệ hay phong cách logo.
- Chỉ sử dụng các tệp logo chính thức đã được phê duyệt.
- Đảm bảo khoảng cách an toàn xung quanh logo để bảo toàn nhận diện và tính thẩm mỹ.

2.2. Logo

Khoảng cách an toàn



Kích thước tối thiểu (Chiều ngang)



Hiển thị
Tiêu chuẩn 200px
Tối thiểu 100px



In ấn
Tiêu chuẩn 5cm
Tối thiểu 3cm



Hiển thị
Tiêu chuẩn 100px
Tối thiểu 70px

In ấn
Tiêu chuẩn 3.5cm
Tối thiểu 2.5cm

2.2. Logo

Logo âm bản

- Phiên bản logo âm bản chỉ nên được sử dụng trong trường hợp logo đặt trên nền tối, nền màu sắc phức tạp hoặc khi không thể sử dụng các phiên bản logo chính thức khác.
- Đảm bảo độ tương phản rõ ràng giữa logo và màu nền để logo luôn nổi bật và dễ nhận diện.
- Không tự ý thay đổi màu sắc, hình dạng hoặc kết cấu logo âm bản.
- Luôn sử dụng file logo âm bản chính thức được phê duyệt.



2.2. Logo

Logo trên các nền màu

Để đảm bảo nhận diện thương hiệu rõ nét, dễ nhận biết và nhất quán, vui lòng tuân thủ các hướng dẫn sau khi sử dụng logo Quỹ Kiến tạo Ước mơ trên các nền màu:

Nền sáng (trắng hoặc màu nhạt)

- Ưu tiên sử dụng phiên bản logo chuẩn với đầy đủ màu sắc.
- Đảm bảo độ tương phản tốt giữa logo và nền.

Nền tối hoặc có màu sắc phức tạp

- Sử dụng phiên bản logo âm bản (trắng toàn bộ).
- Logo âm bản phải nổi bật rõ ràng trên nền màu tối, tránh để logo chìm hoặc khó nhận diện.

Nền cùng tông màu chủ đạo của logo

- Tránh sử dụng logo màu đầy đủ trên nền có màu tương tự màu chủ đạo của logo (cam DMF, Xanh DMF teal), gây mất tương phản.
- Trong trường hợp này, sử dụng phiên bản logo âm bản (trắng toàn bộ) để đảm bảo độ nổi bật và rõ ràng.

Lưu ý chung:

- Không tự ý điều chỉnh màu sắc, độ sáng hoặc độ tương phản của logo.
- Luôn sử dụng đúng file logo được cung cấp và phê duyệt chính thức bởi Quỹ.



2.2. Logo

Trường hợp sai

Các ví dụ sử dụng logo sai cách, KHÔNG ĐƯỢC áp dụng.



2.3. Kiểu chữ

Kiểu chữ là yếu tố quan trọng tạo nên sự đồng nhất và chuyên nghiệp trong bộ nhận diện thương hiệu Quý.

- Kiểu chữ sử dụng cho Logo: **Be Vietnam Pro**.
- Kiểu chữ sử dụng cho các thiết kế thương hiệu (ấn phẩm, tài liệu, website): **Be Vietnam Pro**.
- Kiểu chữ sử dụng trong truyền thông nội bộ và bên ngoài (chữ ký email, thông cáo báo chí): **Be Vietnam Pro, Gilroy**.

Lưu ý khi sử dụng kiểu chữ:

- Trong trường hợp đặc biệt phải sử dụng kiểu chữ khác, vui lòng chọn các phong chữ tương tự như Be Vietnam Pro hoặc Gilroy.
- Tránh sử dụng các kiểu chữ tượng hình, quá nghệ thuật hoặc khó đọc để đảm bảo tính nhất quán và rõ ràng của thương hiệu.

Be Vietnam Pro

by Lam Bao

Aa

Thin

Light

Regular

Medium

Semi Bold

Bold

Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

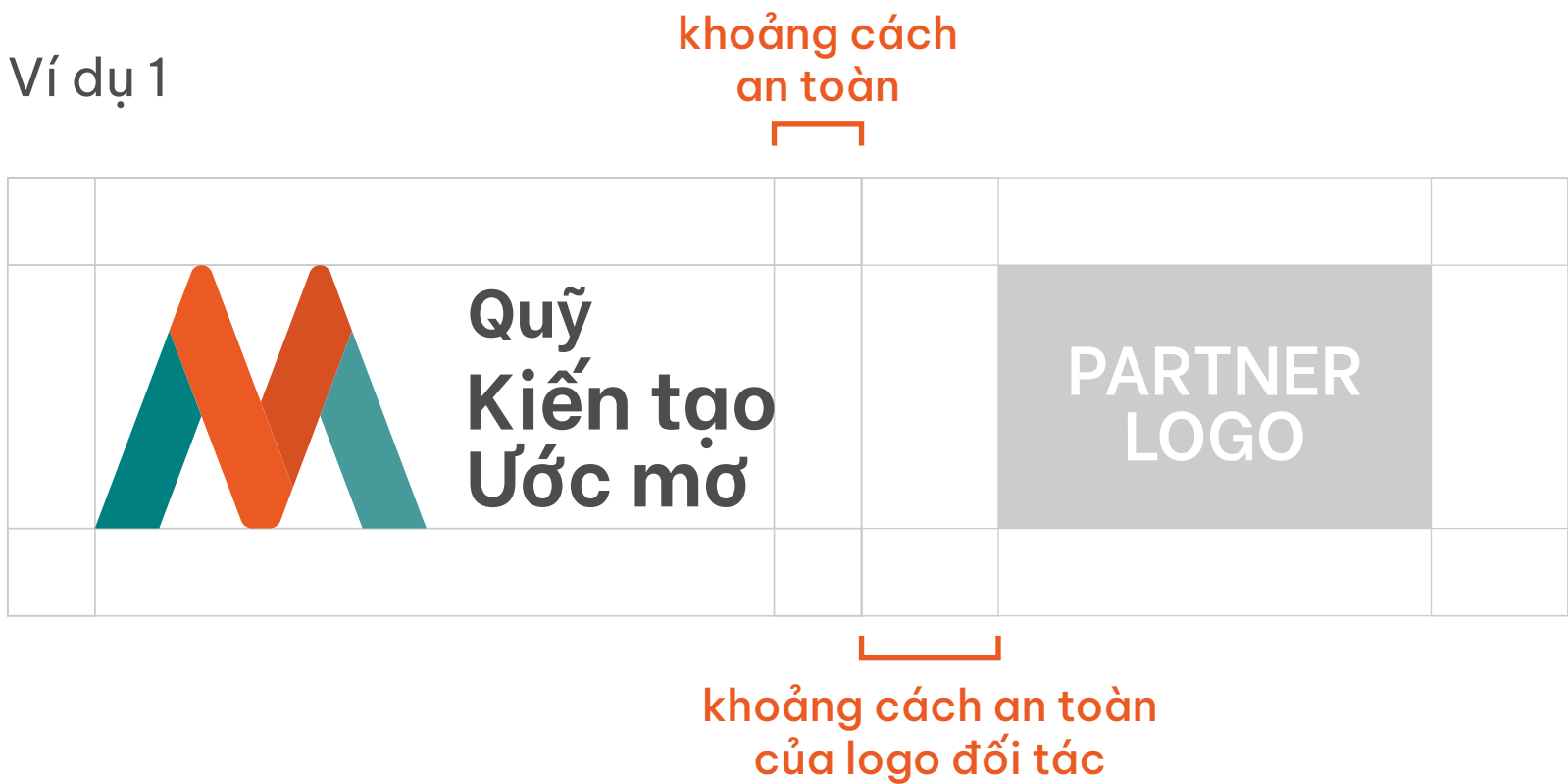
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

2.4. Hợp tác thương hiệu

Lưu ý khi sử dụng hình ảnh thương hiệu Quỹ trên ấn phẩm của bên thứ ba (các phòng ban thuộc VNG và đối tác):

- Luôn ưu tiên sử dụng logo chuẩn với màu chủ đạo (Xanh DMF Teel). Các phiên bản logo khác chỉ áp dụng khi không thể sử dụng logo chuẩn.
- Phải đảm bảo khoảng trống an toàn xung quanh logo để giữ tính thẩm mỹ và độ nhận diện rõ ràng.
- Tuyệt đối không được tách rời thành phần tên thương hiệu (Quỹ Kiến tạo Ước mơ hoặc Dream Maker Foundation) ra khỏi logo.
- Tiêu đề hoặc tên của đối tác phải đặt ngoài khoảng trống an toàn của logo và được căn lề trái (tham khảo ví dụ minh họa).
- Phải tuân thủ thứ tự sắp xếp và đảm bảo kích thước tối thiểu giữa logo và danh hiệu của nhà tài trợ (tham khảo ví dụ minh họa).
- Khi sử dụng các cụm từ thể hiện quan hệ hợp tác với Quỹ, chỉ được sử dụng những cụm từ sau đây trong trường hợp phù hợp: "Tài trợ bởi", "Đồng hành cùng", "Hợp tác với", "Liên kết với", "Đối tác chính thức", "Đối tác chiến lược".



2.5. Ấn phẩm thương hiệu

Lưu ý khi sử dụng và ứng dụng ấn phẩm:

- Luôn sử dụng mẫu thiết kế đã được phê duyệt chính thức bởi Quý.
- Không tự ý thay đổi bố cục, màu sắc, kích thước của các ấn phẩm mẫu.
- Đảm bảo nhận diện rõ ràng, ưu tiên hiển thị logo và màu sắc chủ đạo (Xanh DMF Teel và Cam DMF).
- Khi cần tạo các ấn phẩm đặc biệt ngoài những hạng mục đã có sẵn, vui lòng liên hệ đại diện truyền thông của Quý để được tư vấn và phê duyệt.

Túi giấy



Túi nhựa



Áo polo



Áo T-shirt



2.5. Ấn phẩm thương hiệu

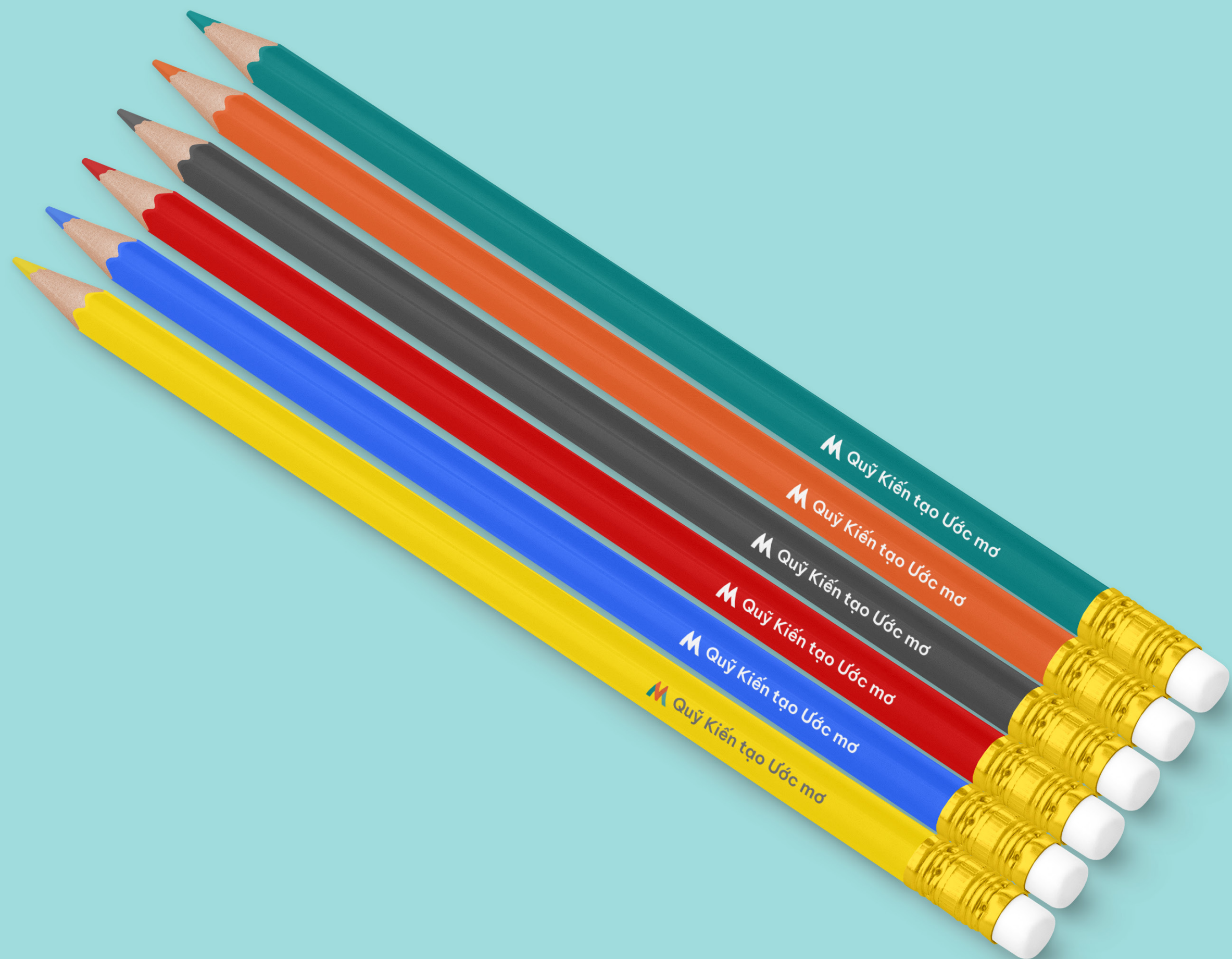
Tập tô màu



Nhãn dán



Bút chì màu



**HƯỚNG DẪN
TRUYỀN THÔNG**

3.1. Mục tiêu, đối tượng và phạm vi áp dụng

Mục tiêu: Đảm bảo các hoạt động truyền thông của Quỹ Kiến tạo Ước mơ (Dream Maker Foundation – DMF) được thực hiện hiệu quả, đồng nhất và chuyên nghiệp.

Đối tượng: Đối tác và nhân viên VNG.

Phạm vi:

- Các dự án có sự đồng hành, tài trợ của Quỹ.
- Nội dung đăng tải trên các nền tảng trực tuyến (website, mạng xã hội...).
- Phát biểu tại hội thảo, hội nghị.
- Trả lời báo chí.



3.2. Quy trình phối hợp

Bước 1: Lập kế hoạch truyền thông

Các phòng ban thuộc VNG hoặc đối tác xây dựng kế hoạch truyền thông, nội dung sự kiện, chương trình cộng đồng rõ ràng, chi tiết.

Bước 2: Thông báo và xin ý kiến từ Quỹ

Gửi kế hoạch chi tiết đến đội ngũ Quỹ để được xem xét, góp ý và phê duyệt chính thức.

Bước 3: Đồng thuận và phê duyệt

Hai bên thống nhất các nội dung, bao gồm thông điệp truyền thông, hình ảnh, tiêu đề hợp tác thông qua email hoặc văn bản đính kèm trước khi công bố công khai.

Bước 4: Thực hiện truyền thông

Các hoạt động truyền thông phải tuân thủ đầy đủ theo bộ quy chuẩn thương hiệu của Quỹ (logo, tên gọi, màu sắc, kiểu chữ...).

Bước 5: Giám sát và phản hồi

Quỹ giám sát việc triển khai, đảm bảo thực hiện đúng theo kế hoạch được duyệt.

Nếu có sự điều chỉnh hoặc phát sinh trong quá trình thực hiện, phải thông báo ngay đến đội ngũ Quỹ để phối hợp xử lý.



3.2. Quy định truyền thông

Ấn phẩm: Thực hiện đúng và đầy đủ bộ quy chuẩn thương hiệu Quý, chỉ sử dụng logo và bộ nhận diện thương hiệu theo các phiên bản được Quý cung cấp và phê duyệt.

Hình ảnh: Chỉ sử dụng các hình ảnh đã được Quý phê duyệt hoặc công bố chính thức, không chỉnh sửa, cắt ghép, làm thay đổi nội dung hoặc ý nghĩa của hình ảnh sự kiện mà không được sự đồng ý của Quý.

Trích dẫn, đăng tải, chia sẻ trên mạng xã hội: Phải chính xác, rõ ràng và đã được Quý phê duyệt hoặc công bố chính thức, không tự ý diễn đạt lại, chỉnh sửa nội dung trích dẫn nếu chưa có sự chấp thuận từ Quý.

Nội dung trả lời báo chí hoặc phát biểu: Cần được thống nhất trước với đội ngũ Quý, không cung cấp các thông tin nội bộ, thông tin chưa công bố, hoặc chưa được phê duyệt trước khi trả lời công khai.

Nên:

- Liên hệ với đại diện Quý khi được báo chí tiếp cận tìm hiểu về thông tin/sự kiện/tình hình hoạt động của Quý.
- Chỉ đăng tải và sử dụng những thông tin đã được công bố trên [Website](#) và [Fanpage](#) của Quý.
- Duy trì văn hóa ứng xử lịch sự và văn minh trong mọi hình thức truyền thông.

Không nên:

- Không nên đơn phương đưa ra thông điệp/thông tin khi chưa có sự chấp thuận của đại diện Quý.
- Không nên tự ý điều chỉnh những thông tin đã được công bố trên website, fanpage của Quý.

3.3. Hướng dẫn xử lý sự cố truyền thông

Nhận diện các sự cố truyền thông

Sự cố truyền thông có thể ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của Quỹ Kiến tạo Ước mơ. Các tình huống được xem là sự cố truyền thông bao gồm nhưng không giới hạn:

- Thông tin sai lệch hoặc chưa xác thực về Quỹ xuất hiện trên báo chí, mạng xã hội hoặc các phương tiện truyền thông khác.
- Phát ngôn chưa được phê duyệt từ nhân sự, đối tác liên quan đến Quỹ.
- Hình ảnh, nội dung bị sử dụng sai mục đích, chỉnh sửa, làm sai lệch thông điệp của Quỹ mà chưa có sự đồng ý từ Quỹ.
- Bài đăng, bình luận tiêu cực, xuyên tạc hoặc bôi nhọ về hoạt động, dự án, nhân sự của Quỹ trên các nền tảng trực tuyến.
- Tranh cãi hoặc khủng hoảng dư luận liên quan đến một chương trình, đối tác, hoạt động của Quỹ.
- Rò rỉ thông tin nội bộ hoặc thông tin chưa được công bố chính thức, gây ảnh hưởng đến danh tiếng của Quỹ.
- Bị lợi dụng thương hiệu (logo, hình ảnh, danh nghĩa Quỹ) mà không có sự đồng ý chính thức từ Quỹ.
- Sự cố trong quá trình hợp tác với đối tác (ví dụ: đối tác bị phản ứng tiêu cực từ công chúng, đối tác vi phạm các quy định thương hiệu của Quỹ).

Hướng dẫn xử lý sự cố truyền thông

Khi phát hiện sự cố truyền thông, thông báo ngay cho Đại diện truyền thông Quỹ qua email/điện thoại trong vòng 3 giờ, kèm đầy đủ thông tin về nội dung, nguồn gốc, thời gian, mức độ ảnh hưởng và các bên liên quan.



Đội ngũ Quỹ xác minh, đánh giá mức độ nghiêm trọng và đưa ra phương án xử lý, triển khai và giám sát việc xử lý.

**THÔNG TIN
LIÊN HỆ**

QUỸ KIẾN TẠO ƯỚC MƠ - DREAM MAKER FOUNDATION (DMF)

Trụ sở: Z06 đường số 13, phường Tân Thuận Đông, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

Website: <https://quykientaouocmo.com.vn>

Fanpage: <https://www.facebook.com/quykientaouocmo>

Email: contactdmf@vng.com.vn

Đại diện truyền thông Quỹ: [Vũ Đình Trung \(Mr.\)](#) - trungvd@vng.com.vn