





Portada		
0.00 Índice		
Elementos Base de la Identidad		
1.00 Introducción		
1.01 Terminología básica		
1.02 Construcción y estructura		
1.03 Marca. Versión principal		
1.04 Marca. Versión secundaria		
1.05 Marca. Versión monocromática		
1.06 Tipografía Corporativa		
1.07 Área de cortesía		
1.08 Test de reducción		
1.09 Usos no permitidos		
1.10 Colores Corporativos		
Integración con marca UAL		
2.00 Introducción		
2.01 Construcción y estructura		
2.02 Marca. Versión principal		
2.03 Marca. Versión secundaria		
2.04 Marca. Versión monocromática		
2.05 Tipografía Corporativa		
2.06 Área de cortesía		
2.07 Test de reducción		
2.08 Aplicación sobre fondos		
2.09 Usos no permitidos		
2.10 Colores Corporativos		
Relación de la Marca con el eslogan		
3.00 Introducción		
3.01 Formatos horizontales. Construcción y estructura		
3.02 Formatos horizontales. Versión principal		
3.03 Formatos verticales. Construcción y estructura		
3.04 Formatos verticales. Versión principal		
3.05 Tipografía Corporativa		
Papelería corporativa e Impresos		
4.00 Introducción		
4.01 Normativa de papelería		
4.02 Carta A4		
4.03 Carta. Normas de mecanografía		
4.04 Tarjeta de visita		
01 4.05 Carpeta Corporativa		42
03 4.06 Sobre Americano		44
04 4.07 Sobre C5		45
05 4.08 Sobre Bolsa C4		46
06 4.09 Sello		47
07 Formatos y soportes de identificación y personalización		48
08 5.00 Introducción		49
09 5.01 Display		50
10 5.02 Banderola		51
11 5.03 Pop Up		52
12 Aplicaciones publicitarias		54
13 6.00 Introducción		55
14 6.01 Ejemplo de Anuncio de periódico		56
15 6.02 Ejemplo de Valla publicitaria		58
16 6.03 Ejemplo de Lona		60
17 6.04 Ejemplo de Marquesina / Mupi		62
18 Aplicaciones para la comunicación de eventos		64
19 7.00 Introducción		65
20 7.01 Ejemplo de Cartel		66
21 7.02 Ejemplo de Flyer		68
22 7.03 Ejemplo de Banderola		70
23 7.04 Ejemplo de Display		73
24		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
32		
33		
34		
35		
36		
37		
38		
39		
40		
41		



1

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Elementos base de la identidad

Introducción

En este apartado se desarrollan las normativas de estructuración gráfica y cromática del logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Estas páginas definen los elementos base de identidad: el símbolo, la marca en sus diferentes versiones, los colores corporativos y las tipografías.

En los siguientes epígrafes se exponen, mediante ejemplos ilustrativos, las normativas y criterios gráficos de diseño, construcción, composición y reproducción de los signos de identidad, así como las normativas tipográficas.

Este apartado debe consultarse por las personas que intervengan en la realización de cualquier elemento de comunicación en los que aparezca esta marca institucional. Y debe cumplir estrictamente las normas aquí descritas, ya que cualquier cambio no autorizado en la composición gráfica o los colores, supondría una distorsión de la imagen corporativa establecida por Universidad de Almería.

Sumario

- 1.00 Introducción
- 1.01 Terminología básica
- 1.02 Construcción y estructura
- 1.03 Marca. Versión principal
- 1.04 Marca. Versión secundaria
- 1.05 Marca. Versión monocromática
- 1.06 Tipografía Corporativa
- 1.07 Área de cortesía
- 1.08 Test de reducción
- 1.09 Usos no permitidos
- 1.10 Colores Corporativos



Elementos de imagen que conforman la marca de identidad del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Como introducción al desarrollo de las normas específicas de diseño, cromatismos, tipografía y construcción gráfica, se presentan en esta página, de forma conjunta, los elementos base que constituyen el eje del sistema de identificación establecido, así como sus definiciones correspondientes.



Gotham Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Logotipo:

Es el signo gráfico fundido en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica. En este caso, se elige la tipografía GOTHAM BLACK para crear el logotipo que utilizará la Universidad de Almería en la comunicación de su 25 aniversario.

Color:

El color corporativo es el Pantone 653 C

Alfabeto:

Es el alfabeto correspondiente a la tipografía GOTHAM BLACK, utilizada en la composición.

El diseño y composición de la marca del 25 aniversario de la Universidad de Almería se ajusta a esta rejilla, reglado por una serie de proporciones que aportan un sentido estructural a la marca.

Es imprescindible mantener en todo momento estas proporciones, que son las que garantizan que la marca será aplicada de forma correcta.



Como norma general la aplicación principal será la que se presenta en esta página, dado que actúa de mejor forma en la gran mayoría de aplicaciones, aportando una óptima legibilidad y una estructura firme.

Esta es la aplicación formal y cromática principal que se debe utilizar en todo momento salvo situaciones especiales, en las cuales se utilizará alguna de las versiones contempladas posteriormente.



En esta página se muestran aplicaciones secundarias del logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Esta aplicación será utilizada en situaciones especiales, siempre y cuando el fondo sea el color corporativo Pantone 653 C.



En esta página se muestra la aplicación monocromática del logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Esta aplicación será utilizada sólo en situaciones en las que no sea posible usar las variaciones anteriores.





La tipografía es un factor clave, que contribuye a crear una estética diferenciadora para nuestra identidad.

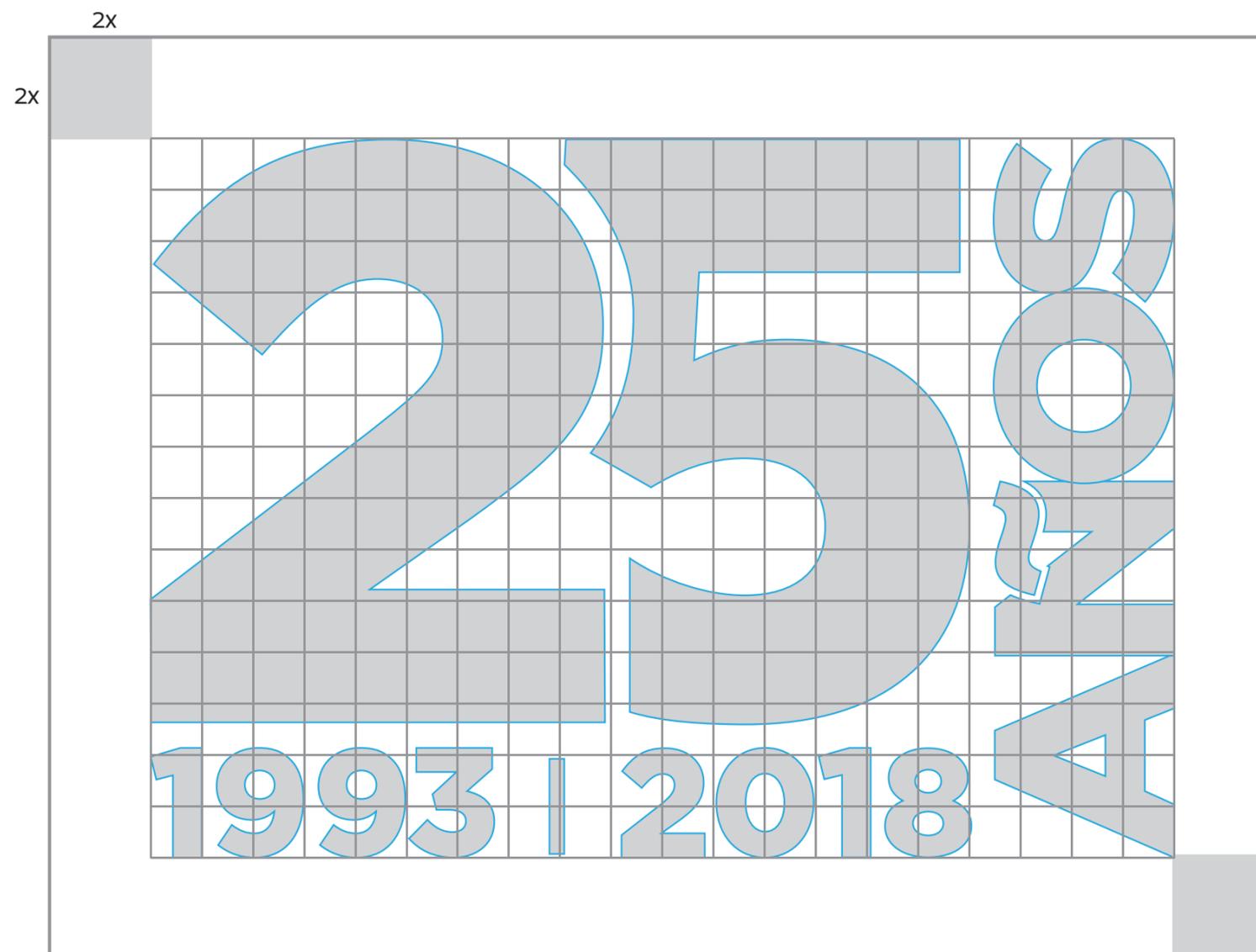
Esta tipografía que se expone debe usarse de forma correcta para asegurar que todas las aplicaciones y comunicaciones del 25 aniversario de la Universidad de Almería son coherentes.

Aa
GOTHAM BLACK

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

Siempre que se reproduzca este logotipo, se deberá respetar un área de cortesía perimetral en la que no podrá existir ningún otro tipo de elemento gráfico o textual, para preservar la correcta legibilidad y mantener la imagen de marca establecida por la Universidad de Almería para la comunicación de su 25 aniversario.

En esta página se señala el tamaño exacto del área de cortesía, en proporción al logotipo, que debe respetarse en todo tipo de aplicaciones.



El tamaño mínimo del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido éste, conservando su adecuada visibilidad.

En esta página se señalan los tamaños mínimos de reproducción determinados para la marca.



150mm



100mm



50mm



25mm



15mm

La marca solo deberá reproducirse dentro las normas de este manual. En términos generales, nunca se deben descomponer los elementos que la componen, ni utilizar colores que no sean los señalados aquí, ni mucho menos aplicar la marca con efectos de color, trama o cualquier otro tipo de grafismos.

Estos son algunos de los ejemplos que muestran los usos no correctos de la marca, que de ninguna manera serán permitidos, sea cual sea el tipo de comunicación.



25
1993 | 2018 **AÑOS**



25
1993 | 2018 **AÑOS**



25
1993 | 2018 **AÑOS**



25
1993 | 2018 **AÑOS**



25
1993 | 2018 **AÑOS**



El color es un componente fundamental de la identidad visual del logotipo 25 aniversario de la Universidad de Almería y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones y difundir su imagen de marca.

El usuario de este manual es el responsable de que se aplique y reproduzca correctamente. El color corporativo, según los diferentes sistemas de definición cromática es:



Pantone / Pantone 653C

CMYK / 90-49-18-6

RGB / 29-79-131

HTML / #1d4f83



2

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Integración con marca UAL

Introducción

En el apartado anterior se definió el logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería, pero esta marca, en escasísimas ocasiones se presentará de manera individualizada. La gran mayoría de comunicaciones, necesitan la vinculación con la identidad corporativa institucional de la propia universidad.

En este apartado se desarrollan las normativas de estructuración gráfica y cromática del logo del 25 aniversario unido al de la Universidad de Almería para crear un bloque conjunto. Estas páginas definen los elementos base de la identidad: el símbolo, la marca en sus diferentes versiones, los colores corporativos y las tipografías.

En los siguientes epígrafes se exponen, mediante ejemplos ilustrativos, las normativas y criterios gráficos de diseño, construcción, composición y reproducción de los signos de identidad, así como las normativas tipográficas.

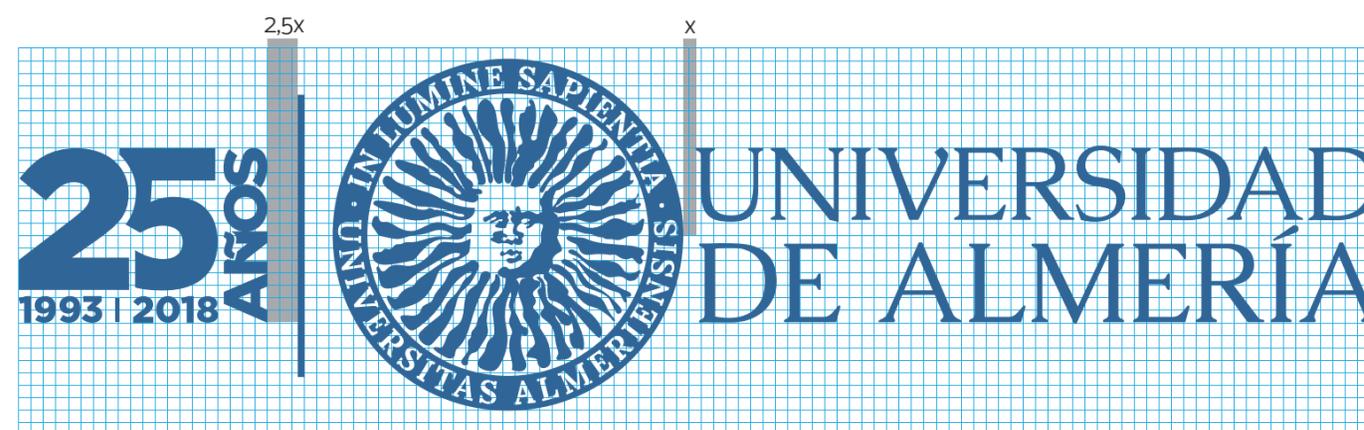
Este apartado debe consultarse por las personas que intervengan en la realización de cualquier elemento de comunicación en los que aparezca esta marca institucional. Y debe cumplir estrictamente las normas aquí descritas, ya que cualquier cambio no autorizado en la composición gráfica o los colores, supondría una distorsión de la imagen corporativa establecida por Universidad de Almería.

Sumario

- 2.00 Introducción
- 2.01 Construcción y estructura
- 2.02 Marca. Versión principal
- 2.03 Marca. Versión secundaria
- 2.04 Marca. Versión monocromática
- 2.05 Tipografía Corporativa
- 2.06 Área de cortesía
- 2.07 Test de reducción
- 2.08 Aplicación sobre fondos
- 2.09 Usos no permitidos
- 2.10 Colores Corporativos

El diseño y composición de la marca del 25 aniversario de la Universidad de Almería se ajusta a esta rejilla, reglado por una serie de proporciones que aportan un sentido estructural a la marca.

Es de gran importancia mantener en todo momento estas proporciones, que son las que impedirán que la marca sea aplicada en forma errónea.



Versión horizontal



Versión vertical

Como norma general la aplicación principal serán las que se presentan en esta página, dado que actúan de mejor forma en la gran mayoría de aplicaciones, aportando una óptima legibilidad y una estructura firme.

Estas son las aplicaciones formales y cromáticas principales que se deben utilizar en todo momento salvo situaciones especiales, en las cuales se utilizará alguna de las versiones contempladas posteriormente.



Versión horizontal



Versión vertical

En esta página se muestran aplicaciones secundarias del logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Esta aplicación será utilizada en situaciones especiales, siempre y cuando el fondo sea el color corporativo Pantone 653 C.



Versión horizontal



Versión vertical

En esta página se muestran las aplicaciones monocromáticas del logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Estas aplicaciones serán utilizadas sólo en situaciones en las que no sea posible usar las variaciones anteriores.



Versión horizontal



Versión vertical



La tipografía es un factor clave, que contribuye a crear una estética diferenciadora para nuestra identidad.

Estas tipografías que se exponen deben usarse de forma correcta para asegurar que todas las aplicaciones y comunicaciones del 25 aniversario de la Universidad de Almería son coherentes y se integran en la imagen global de marca de la propia universidad.

25 AÑOS
1993 | 2018

Aa
GOTHAM BLACK

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789



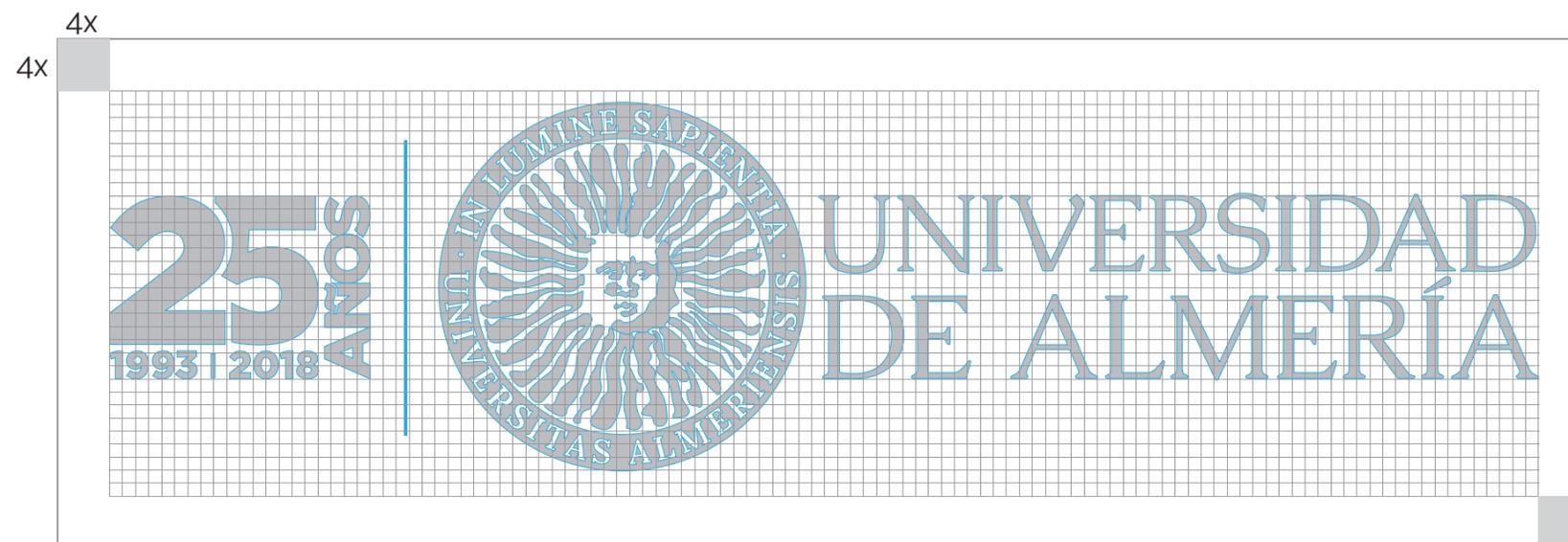
UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

Aa
CADEX REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Siempre que se reproduzca este logotipo, se deberá respetar un área de cortesía perimetral en la que no podrá existir ningún otro tipo de elemento gráfico o textual, para preservar la correcta legibilidad y mantener la imagen de marca establecida por la Universidad de Almería para la comunicación de su 25 aniversario.

En esta página se señalan los tamaños exactos del área de cortesía, en proporción al logotipo en sus dos variantes principales, que debe respetarse en todo tipo de aplicaciones.



El tamaño mínimo del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido éste, conservando su adecuada visibilidad.

En esta página se señalan los tamaños mínimos de reproducción determinados para la marca.



200mm



100mm



75mm



50mm

El tamaño mínimo del logotipo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido éste, conservando su adecuada visibilidad.

En esta página se señalan los tamaños mínimos de reproducción determinados para la marca.



25 AÑOS | UNIVERSIDAD
1993 | 2018 DE ALMERÍA

150mm



25 AÑOS | UNIVERSIDAD
1993 | 2018 DE ALMERÍA

100mm



25 AÑOS | UNIVERSIDAD
1993 | 2018 DE ALMERÍA

50mm



25 AÑOS | UNIVERSIDAD
1993 | 2018 DE ALMERÍA

25mm

La marca se reproducirá en todo momento sobre soportes de tal manera que nada interfiera en su legibilidad.

En este apartado se definen los criterios para la reproducción sobre fondos de distinta densidad.

En función del grado de saturación y de un armonioso contraste de los colores corporativos sobre el fondo en el que se vaya a aplicar el logotipo, se deberá elegir entre alguna de las variantes aquí propuestas.



20% 40%



60% 80%



100%



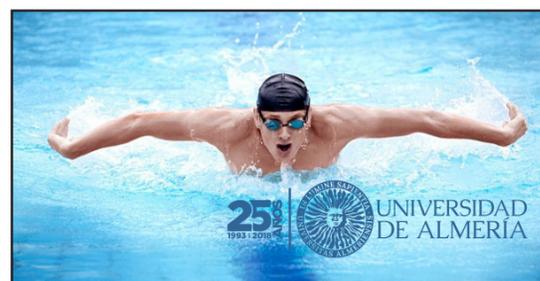
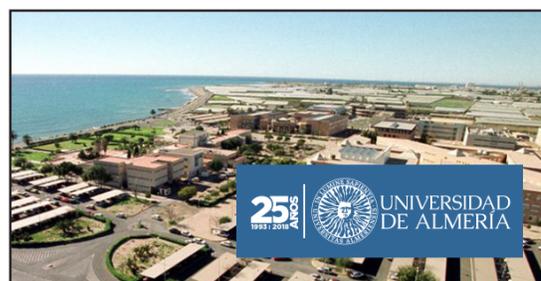
20% 40%



60% 80%



100%



La marca solo deberá reproducirse dentro las normas de este manual. En términos generales, nunca se deben descomponer los elementos que la componen, ni utilizar colores que no sean los señalados aquí, ni mucho menos aplicar la marca con efectos de color, trama o cualquier otro tipo de grafismos.

Tampoco se debe deformar, inclinar o desproporcionar ni total ni parcialmente.

Estos son algunos de los ejemplos que muestran los usos no correctos de la marca, que de ninguna manera serán permitidos, sea cual sea el tipo de comunicación.





25 AÑOS | UNIVERSIDAD
1993 | 2018 DE ALMERÍA



El color es un componente fundamental de la identidad visual del logotipo 25 aniversario de la Universidad de Almería y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones y difundir su imagen de marca.

El usuario de este manual es el responsable de que se aplique y reproduzca correctamente. El color corporativo, según los diferentes sistemas de definición cromática es:



Pantone / Pantone 653C

CMYK / 90-49-18-6

RGB / 29-79-131

HTML / #1d4f83



3

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Relación de la Marca con el eslogan



Introducción

Todas las acciones de comunicación del 25 aniversario de la Universidad de Almería, deben ser coherentes con el concepto que ha generado este desarrollo gráfico. El slogan “CREANDO FUTURO”, será una firma para la campaña de publicidad y las acciones que se desarrollarán.

En el presente apartado se desarrollan las normas de aplicación del slogan con respecto a la marca. Su posición y relación respecto de los distintos formatos y soportes.

Cualquier acción de comunicación que se publique, deberá seguir los criterios aquí presentados para mantener una imagen uniforme, compacta y enfocada al cumplimiento de los objetivos de comunicación marcados por la Universidad de Almería.

Sumario

- 3.00 Introducción
- 3.01 Formatos horizontales. Construcción y estructura
- 3.02 Formatos horizontales. Versión principal
- 3.03 Formatos verticales. Construcción y estructura
- 3.04 Formatos verticales. Versión principal
- 3.05 Tipografía Corporativa

3.01
Relación de la Marca con el eslogan
Formatos horizontales.

Cuando la marca deba llevar incorporado el slogan, dentro de un formato horizontal su composición será la siguiente.



Cuando la marca deba llevar incorporado el slogan, dentro de un formato horizontal su composición será la siguiente.

— CREANDO FUTURO —



Versión positivo



Versión contratipo

3.03
Relación de la Marca con el eslogan
Formatos verticales. Construcción y estructura

Cuando la marca deba llevar incorporado el slogan, dentro de un formato vertical, su composición será la siguiente.



Cuando la marca deba llevar incorporado el slogan, dentro de un formato vertical, su composición será la siguiente.



25 AÑOS | UNIVERSIDAD
1993 | 2018 DE ALMERÍA

CREANDO FUTURO

Versión positivo



Versión contratipo



— CREANDO FUTURO —



La tipografía es un factor clave, que contribuye a crear una estética diferenciadora para nuestra identidad.

Estas tipografías que se exponen deben usarse de forma correcta para asegurar que todas las aplicaciones y comunicaciones del 25 aniversario de la Universidad de Almería son coherentes y se integran en la imagen global de marca de la propia universidad.



Aa
GOTHAM BLACK

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

Aa
CADEX REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

CREANDO FUTURO

Aa
CATAMARÁN EXTRABOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

4

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Papelería Corporativa e impresos



Introducción

En este apartado se desarrolla el diseño de la papelería corporativa del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

La papelería constituye un medio importante de comunicación, utilizada diariamente en el desarrollo de su actividad, por lo que debe ser coherente con su imagen corporativa y cooperar en su difusión pública.

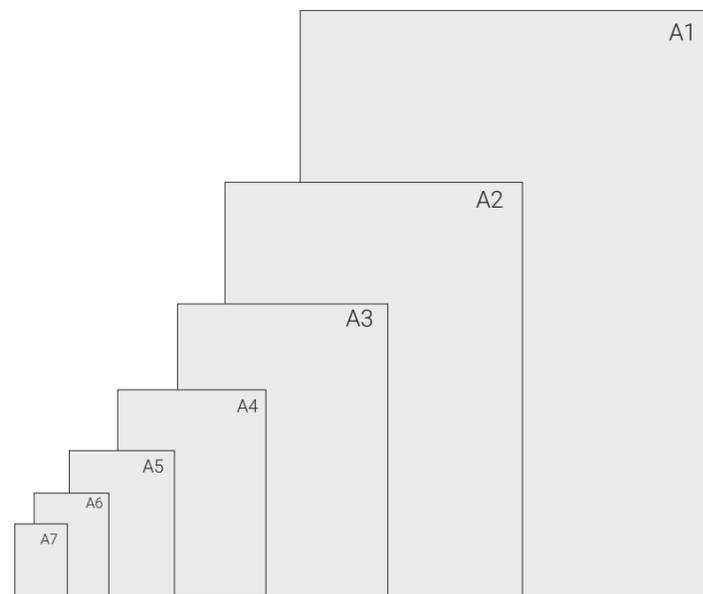
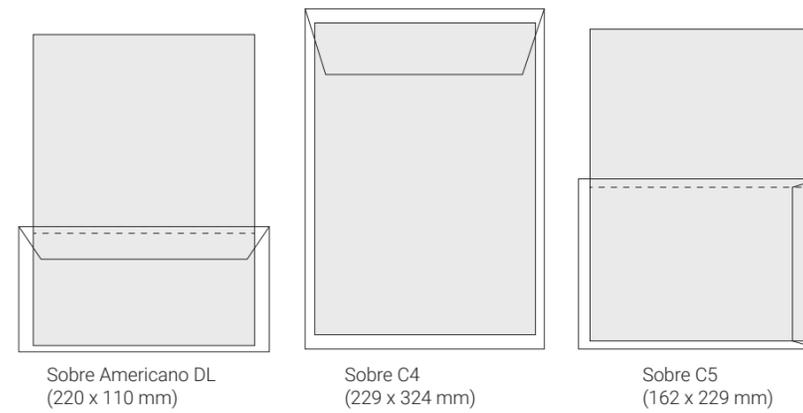
Este apartado de papelería e impresos contiene la normativa necesaria para la aplicación de los elementos base de la identidad y aporta criterios concretos de diseño, maquetación y composición para las diferentes piezas.

Sumario

- 4.00 Introducción
- 4.01 Normativa de papelería
- 4.02 Carta A4
- 4.03 Carta. Normas de mecanografía
- 4.04 Tarjeta de visita
- 4.05 Carpeta Corporativa
- 4.06 Sobre Americano
- 4.07 Sobre C5
- 4.08 Sobre Bolsa C4
- 4.09 Sello

A continuación, se recogen los elementos más comunes de papelería que empleará la Universidad de Almería durante el año del 25 aniversario, que deberán personalizarse según las normas descritas en este apartado.

Regla de formatos: Todo formato se obtiene partiendo en dos el inmediato superior. La relación de sus superficies es, por tanto, de 1:2.



Regla de formatos:
Todo formato se obtiene partiendo en dos el inmediato superior.
La relación de sus superficies es, por tanto, de 1:2.



4.02
Papelería Corporativa e impresos
Carta A4

- Formato
A4 (210 x 297 mm)
- Datos pie de página
Catamarán Regular 8 pt 100% tinta negra
Alineación izquierda

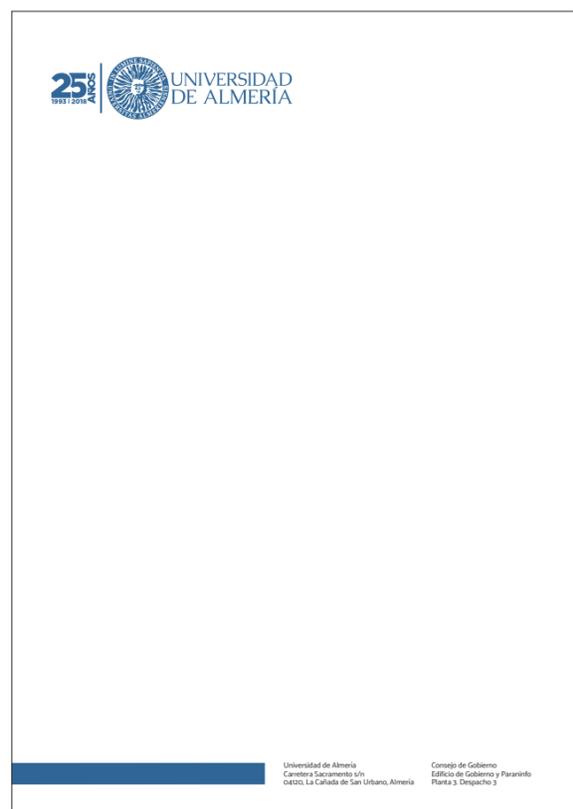


Imagen reducida al 70%.
Medidas en milímetros.





4.03
Papelería Corporativa e impresos
Carta. Normas de mecanografía

– Formato
A4 (210 x 297 mm)

– Texto
Catamarán Regular 12 pt
Interlineado de 13 pt
Color negro 100%

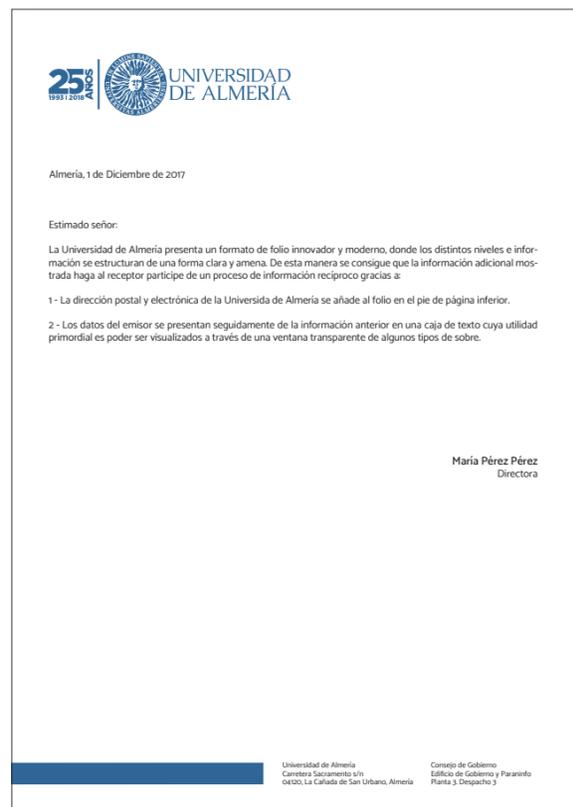


Imagen reducida al 70%.
Medidas en milímetros.



– Formato
85 x 55 mm

– Texto
Nombre:
Catamarán Regular, 17pt. Pantone 7546C
Apellido:
Catamarán Regular 11,5pt. Pantone 7546C
Cargo:
Catamarán Regular 9pt. Pantone 653C
Teléfono, e-mail y URL:
Catamarán Regular 7pt. Pantone 653C
Reverso: Pantone 653C, logotipo contratipo blanco

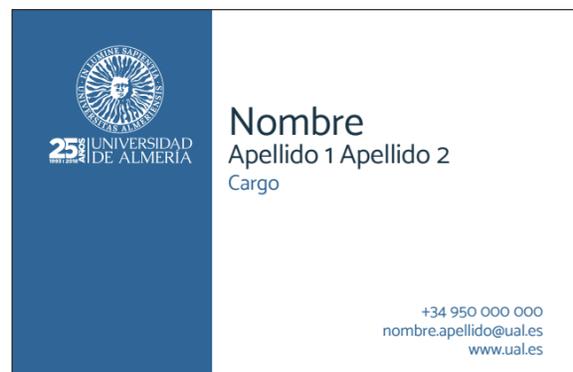
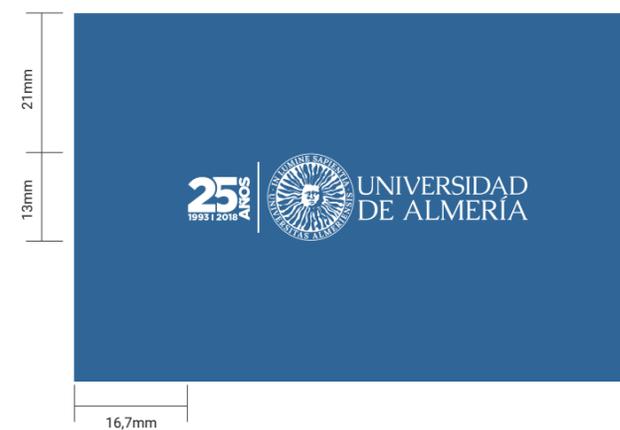


Imagen al 100%.
Medidas en milímetros.

4.04
Papelería Corporativa e impresos
Tarjeta de visita



– Formato
440 x 310 mm con solapas vertical y horizontal, troquelada para tarjetas de visita

– Datos
URL:
Catamarán Regular, 19pt, Pantone 653C



Imagen al 30%.
Medidas en milímetros.

- Formato
440 x 310 mm con solapas vertical y horizontal, troquelada para tarjetas de visita

- Datos
URL:
Catamarán Regular, 19pt, Pantone 653C



– Formato
220 x 110 mm

– Datos
Pastilla Pantone 653C
Catamarán Regular 8pt, iL 8,5 Blanco.
Justificación izquierda

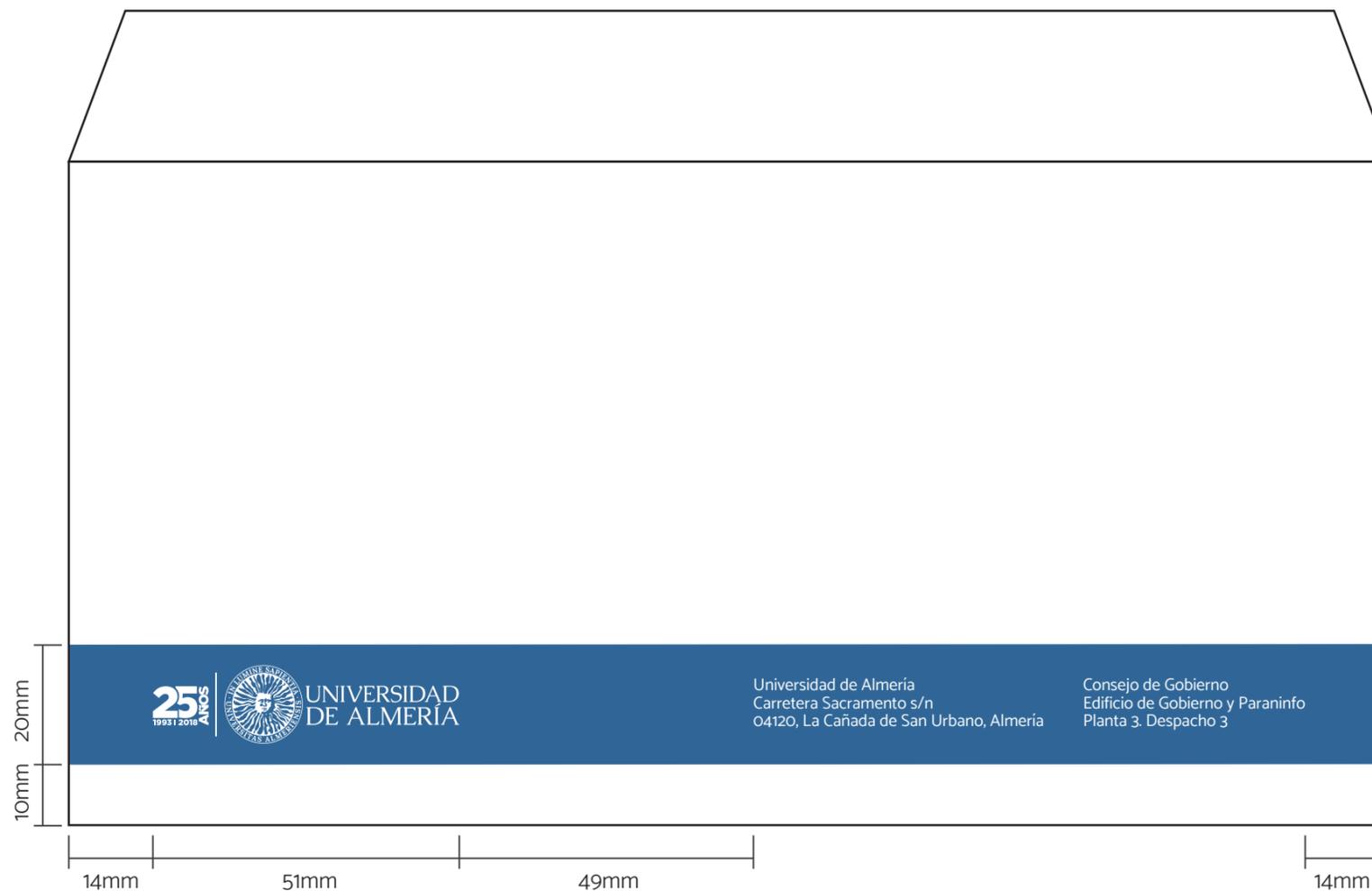


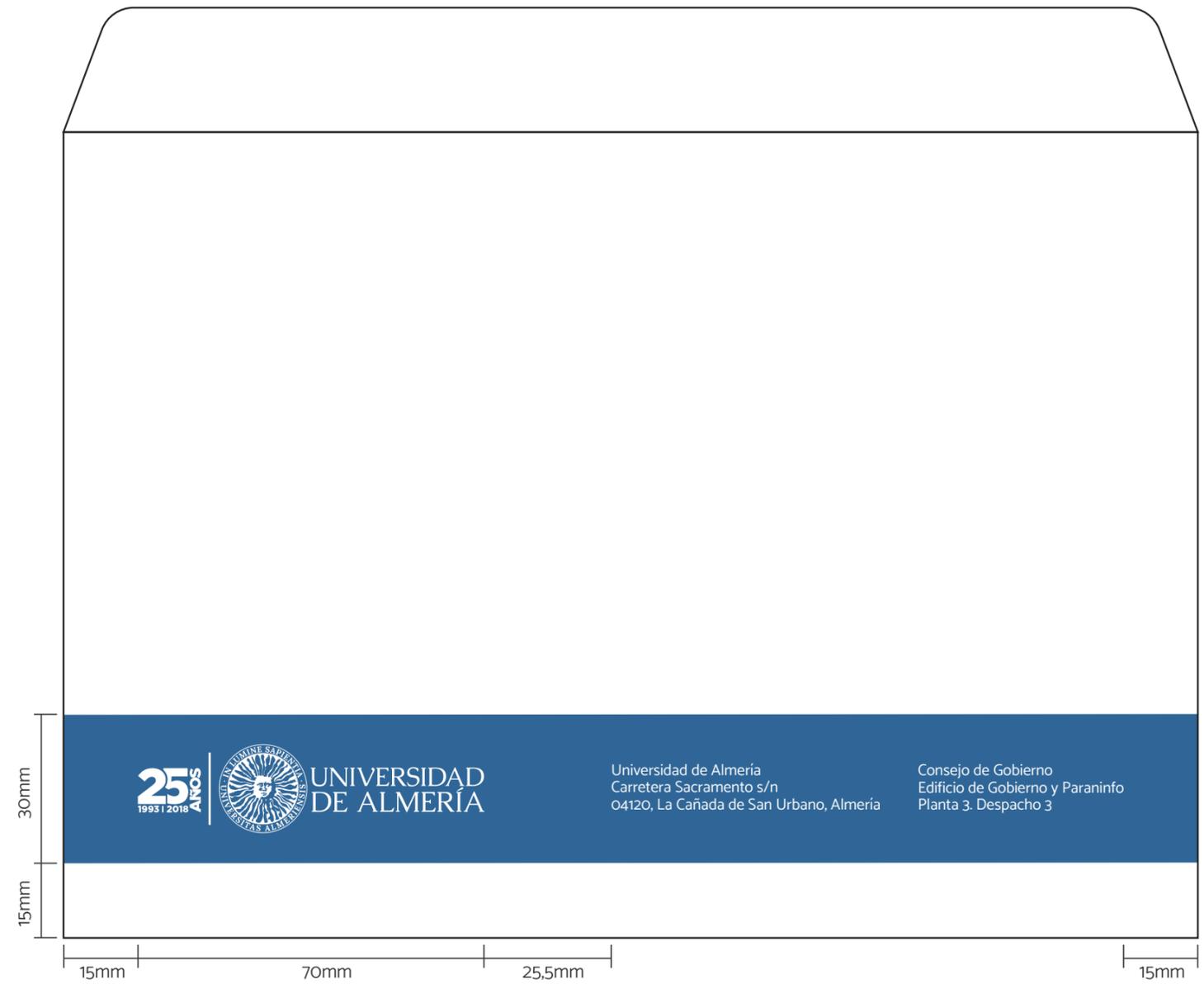
Imagen al 50%.
Medidas en milímetros.

- Formato
162 x 229 mm

- Datos
Pastilla Pantone 653C
Catamarán Regular 9pt, iL 9,59 Blanco.
Justificación izquierda



Imagen al 50%.
Medidas en milímetros.





- Formato
229 x 324 mm

- Datos
Pastilla Pantone 653C
Catamarán Regular 9pt, iL 9,59 negro 100%.
Justificación izquierda

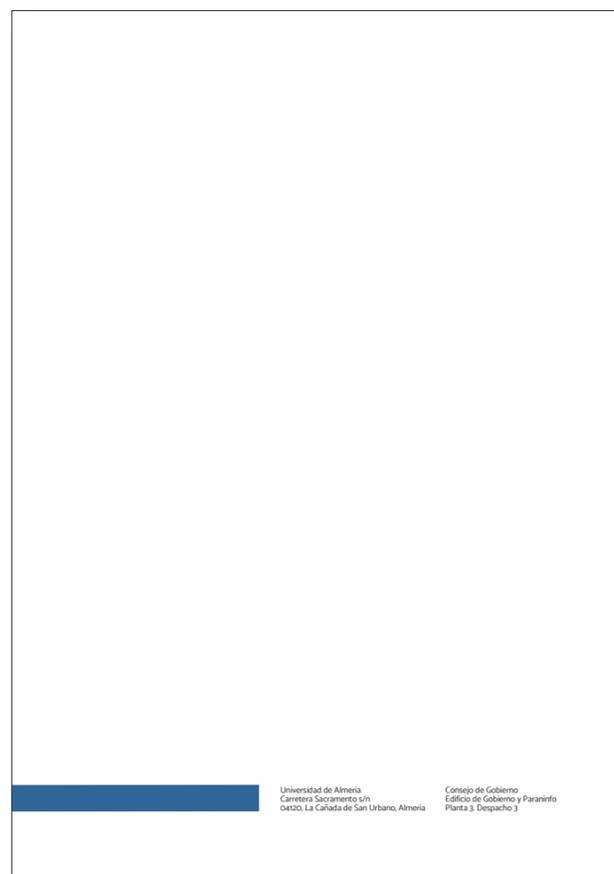


Imagen al 40%.
Medidas en milímetros.



- Formato
40 x 45 mm

- Datos
Logotipo Pantone 653C
Catamarán Regular 6pt, iL 6 negro 100%.
Justificación centrada



Imagen al 100%.
Medidas en milímetros.



5

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Formatos y soportes de identificación y personalización



Introducción

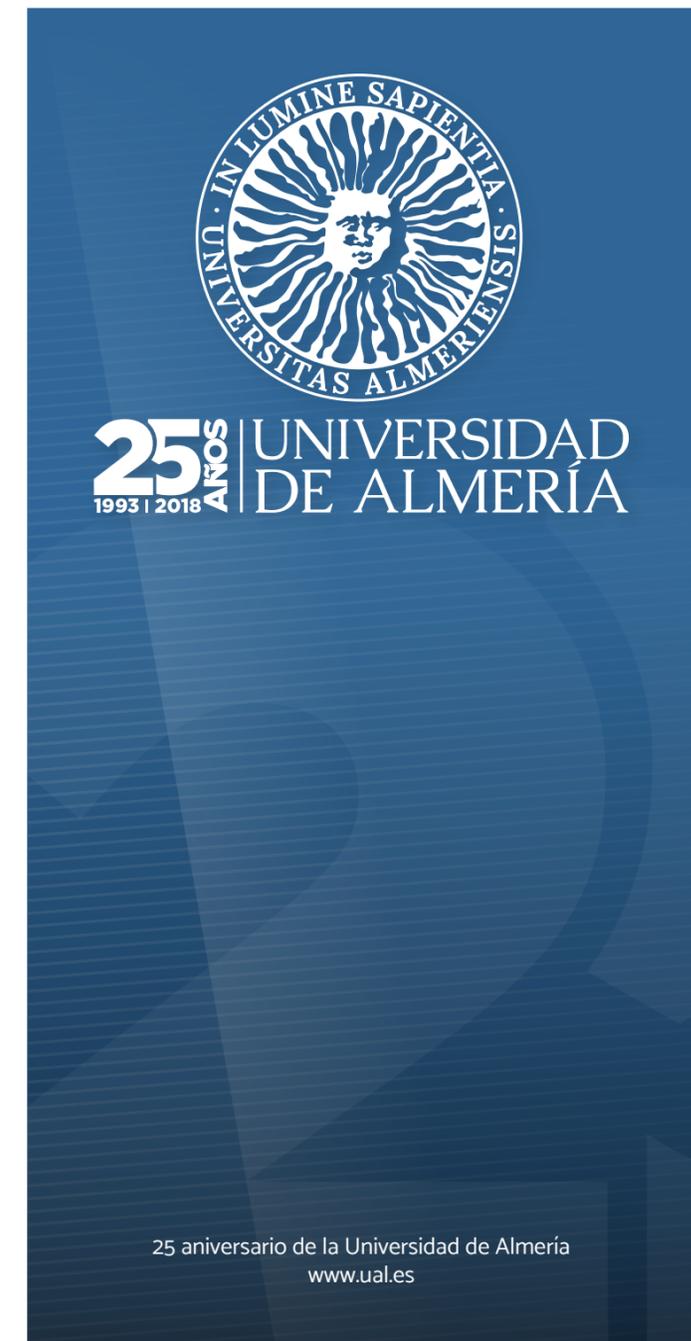
En este apartado se desarrolla el diseño de los formatos y soportes de identificación y personalización de espacios para las acciones del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Son propuestas de diseño que permitirán el desarrollo de piezas cuya función principal será identificar un espacio físico o personalizarlo y decorarlo para la realización de actos y eventos.

Los formatos desarrollados aquí son estándares que deberán adaptarse a sus medidas y funciones definitivas, pero siempre siguiendo los criterios aquí señalados.

Sumario
5.00 Introducción
5.01 Display
5.02 Banderola
5.03 Pop Up

Ejemplo de Display 1 x 2



Ejemplo de Banderola 900 x 1200 mm



Ejemplo de Pop Up 4x3

- Medidas

Tamaño frontal: 299x225 cm.

Laterales: 34x225 cm.

Tamaño total: 367x225 cm.





Ejemplo de Pop Up 5x3

– Medidas

Tamaño frontal: 372,5x225 cm.
Laterales: 34x225 cm.
Tamaño total: 440,5x225 cm.



6

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Aplicaciones publicitarias



Introducción

En este apartado se propondrán las líneas maestras de diseño que resultan coherentes y armoniosas con el estilo gráfico del logotipo del 25 aniversario de la Universidad de Almería.

Los ejemplos propuestos utilizan formatos estandarizados de publicidad exterior y de publicaciones de prensa.

Los mensajes se han definido siguiendo la estrategia creativa marcada por la Universidad de Almería para el desarrollo de la campaña de publicidad y comunicación.

Sumario

- 6.00 Introducción
- 6.01 Ejemplo de Anuncio de periódico
- 6.02 Ejemplo de Valla 8 x 3
- 6.03 Ejemplo de Lona
- 6.04 Ejemplo de Marquesina / Mupi

6.01
Aplicaciones publicitarias
Ejemplo de Anuncio de periódico

Ejemplo de Anuncio de Periódico

- Campaña de personalidades
- El slogan es titular
- Añade una frase publicitaria o dato
- Medidas
- Página completa, 259 x 316 mm
- Media página, 259 x 150 mm



Página completa



Media página

Ejemplo de Anuncio de Periódico

– Campaña de personalidades

El slogan es titular
Añade una frase publicitaria o dato

– Medidas

Página completa, 259 x 316 mm
Media página, 259 x 150 mm



Página completa



Media página

Ejemplo de Valla publicitaria de formato
8000 x 3000 mm

- Campaña de colectivos

El slogan es cierre
Incorpora una frase complementaria como titular



Ejemplo de Valla publicitaria de formato
8000 x 3000 mm

- Campaña de colectivos

El slogan es cierre
Incorpora una frase complementaria como titular



Ejemplo de Lona de formato 6 x 7 m

- Campaña de colectivos

El slogan es cierre



Ejemplo de Lona de formato 6 x 7 m

– Campaña de colectivos

El slogan es cierre



Ejemplo de Marquesina de formato 1000 x 1400 mm

- Campaña de colectivos

El slogan es cierre
Incorpora una frase complementaria como titular

604mm

1200mm

120,5mm

200mm

374,5mm

610mm

1000mm

LA UAL
FORMA
PARTE DE TI

CREANDO FUTURO

25 AÑOS
1993 | 2018

UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

Ejemplo de Marquesina de formato 1000 x 1400 mm

- Campaña de colectivos

El slogan es cierre

Incorpora una frase complementaria como titular





7

Manual de Identidad Corporativa - Identidad visual
Aplicaciones para la comunicación de eventos

Introducción

Los actos y eventos van a ser la columna vertebral del 25 aniversario de la Universidad de Almería, por eso deben ser considerados como un elemento fundamental de la comunicación y un motor de imagen corporativa que se debe de integrar perfectamente con los criterios de diseño empleados en su identidad.

En este apartado se proponen ejemplos de aplicación de piezas usando soportes estandarizados, que al desarrollarse deberán adaptarse a sus medidas y funciones definitivas, pero siempre siguiendo los criterios aquí señalados.

Se han usado dos supuestos para el desarrollo de estas normas de aplicación: una opción con cuatro patrocinadores y una opción con ocho patrocinadores. Cualquier otra variación deberá ser proporcional a estos criterios generales.

En las diferentes piezas se incorporan elementos de diseño, que son armónicos con la imagen general y aportan capacidad comunicadora al mensaje. Todas las piezas que se desarrollen en la comunicación de actos y eventos del 25 aniversario de la Universidad de Almería deberán emplear estos recursos creativos adaptados a las necesidades específicas de la pieza.

Sumario

- 7.00 Introducción
- 7.01 Ejemplo de Cartel
- 7.02 Ejemplo de Flyer
- 7.03 Ejemplo de Banderola
- 7.04 Ejemplo de Display

Ejemplo de Cartel 500 x 700 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

– Variaciones

Cartel con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1: 0,4

Ancho 1: 0,78

Cartel con 8 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1: 0,45

Ancho 1: 0,58

– Tipografía

Titulares: Catamarán Medium

Textos: Catamarán Light

– Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



Ejemplo de Cartel 500 x 700 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

– Variaciones

Cartel con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1: 0,4

Ancho 1: 0,78

– Tipografía

Titulares: Catamarán Medium

Textos: Catamarán Light

– Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



Ejemplo de Flyer 100 x 210 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

– Variaciones

Flyer con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1: 0,4

Ancho 1: 0,78

Flyer con 8 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1: 0,4

Ancho 1: 0,78

Organizados en dos filas, con el logotipo de la UAL en la parte superior.

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold

Textos: Catamarán Medium y Light

– Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



Ejemplo de Flyer 100 x 210 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

– Variaciones

Flyer con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:

Alto 1: 0,4

Ancho 1: 0,78

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold

Textos: Catamarán Medium y Light

– Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



Ejemplo de Banderola 900 x 1200 mm

– Variaciones

Banderola con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,4
Ancho 1: 0,78

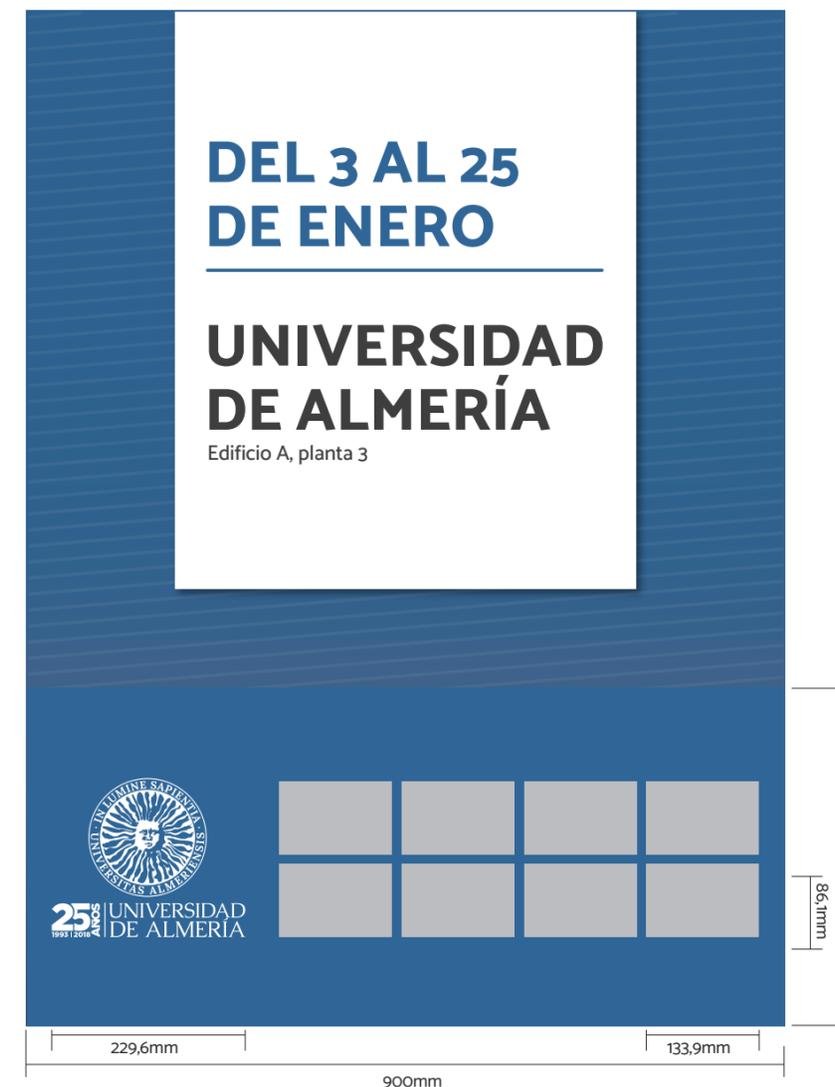
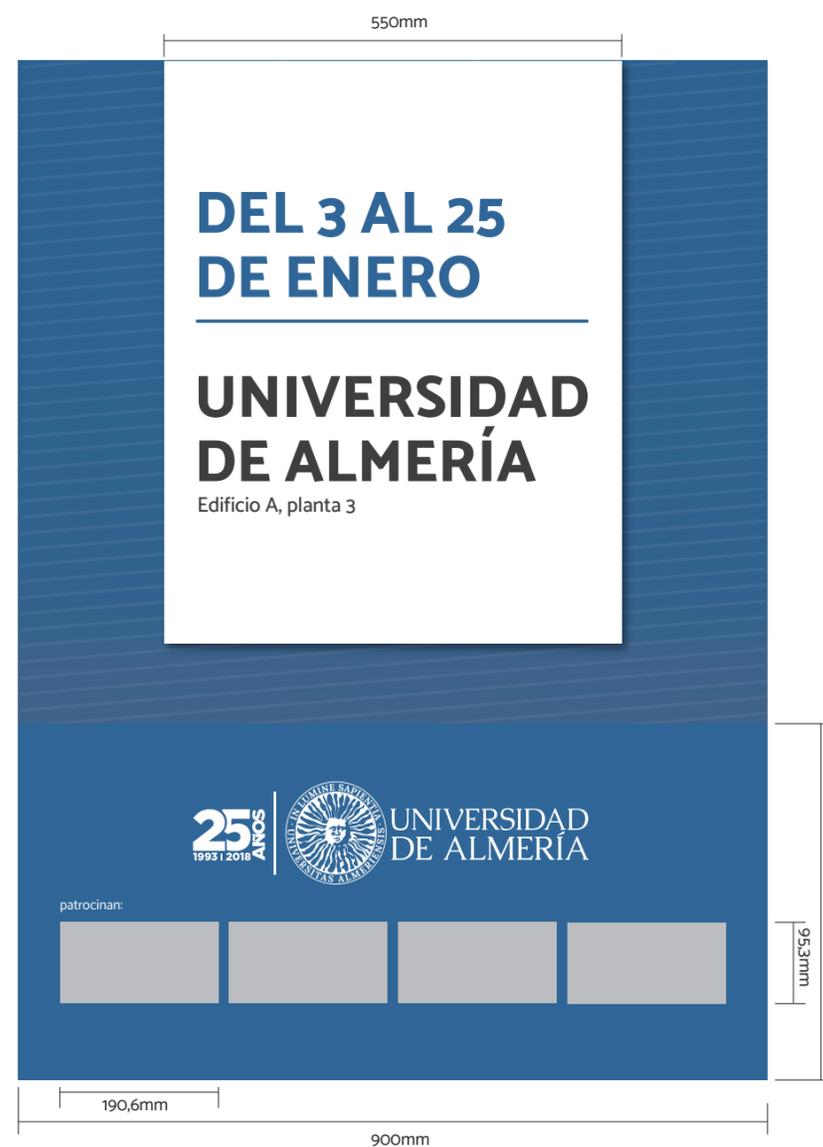
Banderola con 8 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,45
Ancho 1: 0,58

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold
Textos: Catamarán ExtraBold y Medium

– Transparencia

Caja azul a un 50% de opacidad
Cajas blancas al 100% de opacidad



Ejemplo de Banderola 900 x 1200 mm

– Variaciones

Banderola con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,4
Ancho 1: 0,78

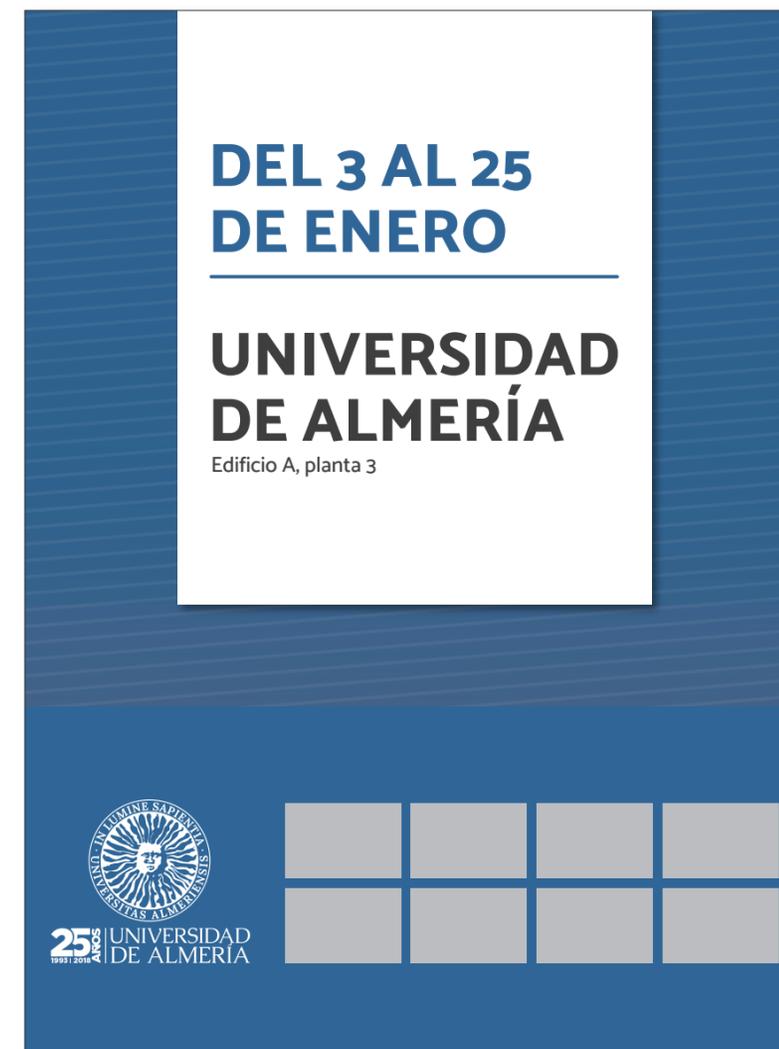
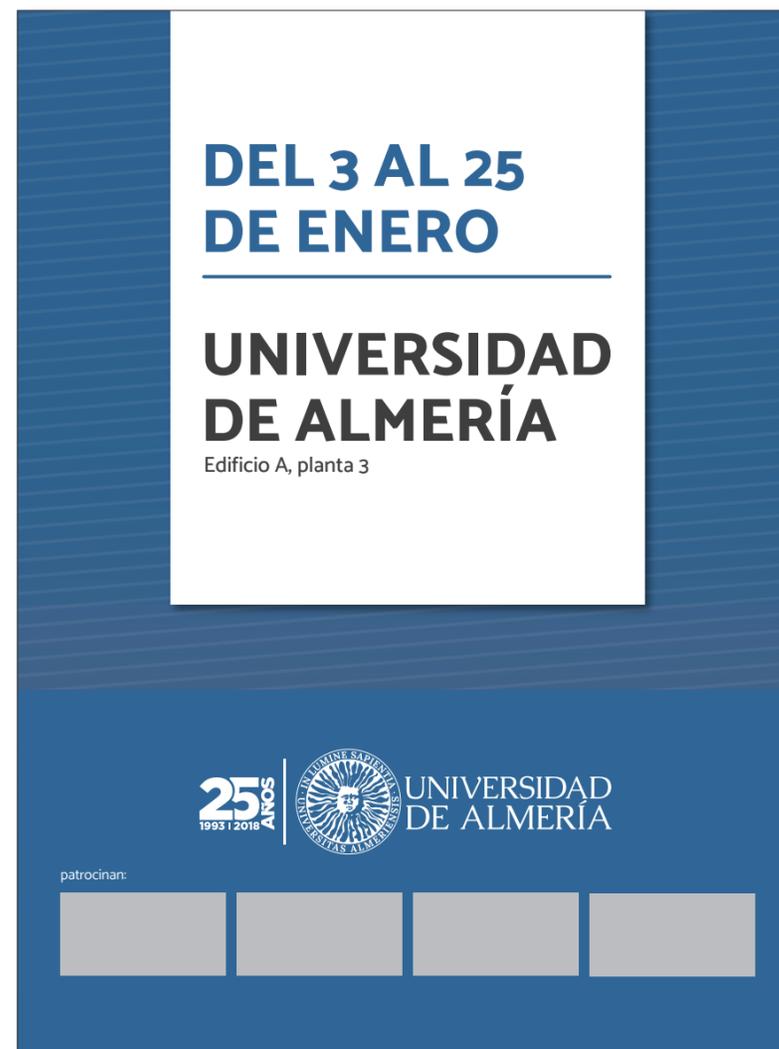
Banderola con 8 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,45
Ancho 1: 0,58

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold
Textos: Catamarán ExtraBold y Medium

– Transparencia

Caja azul a un 50% de opacidad
Cajas blancas al 100% de opacidad



Ejemplo de Banderola 900 x 1200 mm
Impresión a una sólo cara

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold
Textos: Catamarán ExtraBold y Medium

– Transparencia

Cajas azules a un 60% de opacidad



Ejemplo de Display 1000 x 2000 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

– Variaciones

Display con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,4
Ancho 1: 0,78

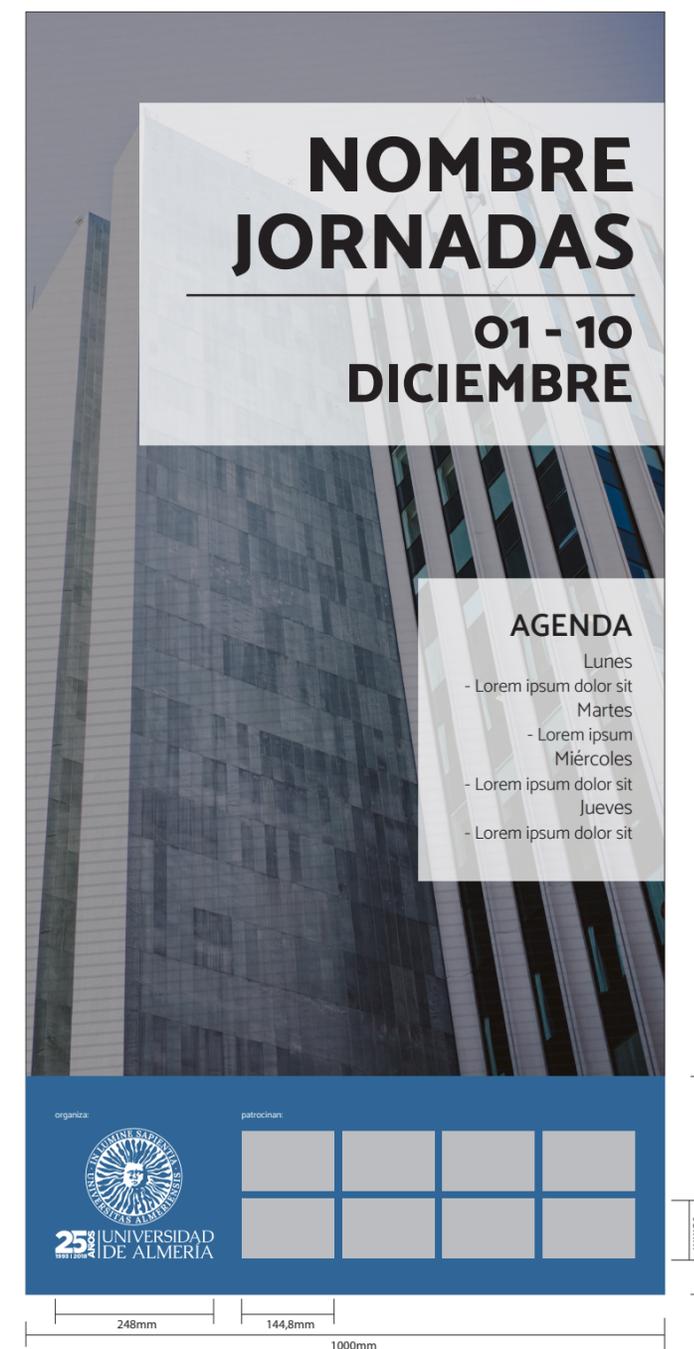
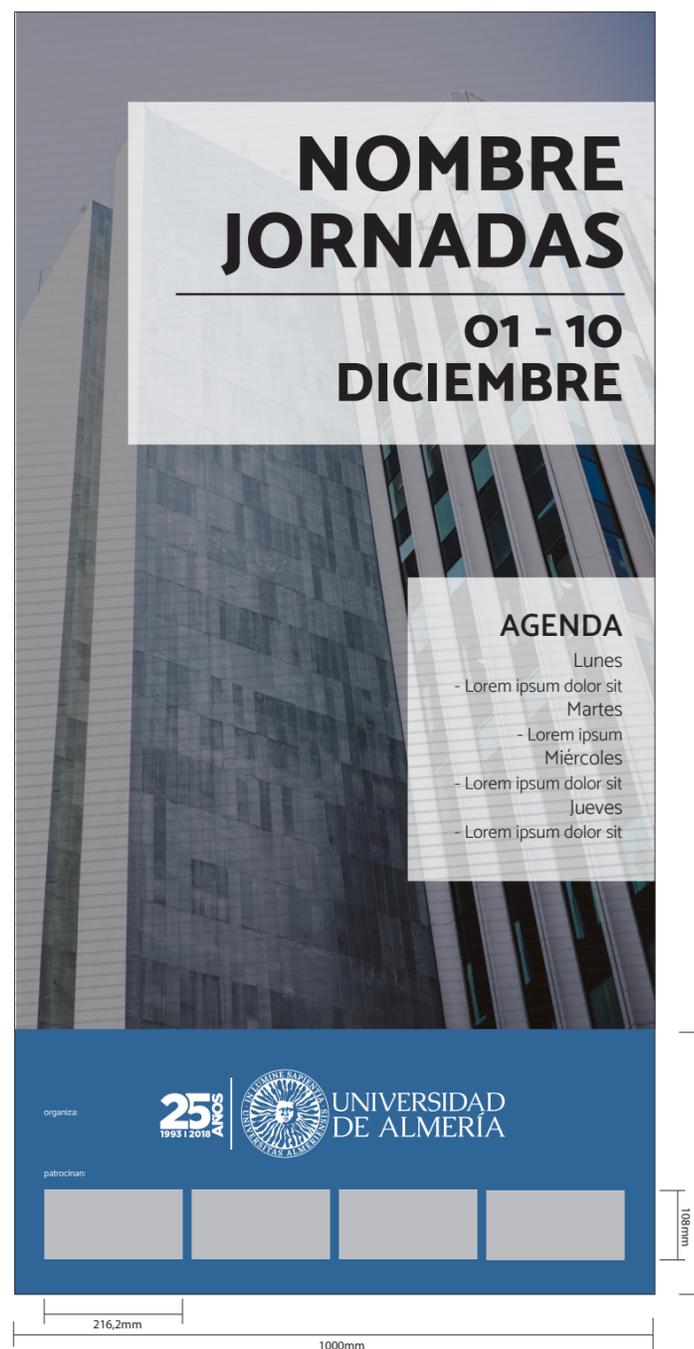
Display con 8 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,45
Ancho 1: 0,58

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold
Textos: Catamarán SemiBold y Light

– Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



Ejemplo de Display 1000 x 2000 mm

Los elementos informativos de los actos se transmiten dentro de dos cajas con transparencia. El título y la convocatoria componen la caja principal y el texto o la información complementaria, componen la caja secundaria. Estos dos elementos son móviles y deben ajustarse en función del fondo fotográfico que ilustra la convocatoria.

– Variaciones

Display con 4 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,4
Ancho 1: 0,78

Display con 8 patrocinadores, proporciones con respecto al logotipo:
Alto 1: 0,45
Ancho 1: 0,58

– Tipografía

Titulares: Catamarán ExtraBold
Textos: Catamarán SemiBold y Light

– Transparencia

Cajas a un 75% de opacidad



25 AÑOS
1993 | 2018



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA