Identidad Corporativa

ATENDEMOS TU SOLICITUD DE INFORMACIÓN (formulario)

La Unidad de Publicidad, Marketing e Identidad Corporativa del Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional tiene entre sus funciones: el afianzar la identidad y la imagen corporativa de la Universidad; el planificar y diseñar campañas publicitarias y acciones de promoción institucionales, y el gestionar y actualizar información institucional de la página web principal de la Universidad de Jaén. A través de este formulario se puede solicitar la prestación de servicios, que se detallan en la Carta de Servicios.

IDENTIDAD CORPORATIVA

La actual estructura de la Universidad, en la que conviven centros, departamentos, grupos de investigación, institutos y servicios diversos, ha dado lugar a la aparición de diferentes símbolos y logotipos, creados de forma dispersa y sin un criterio común, que dificultan una imagen homogénea de la Institución. Partiendo de esta premisa, el objetivo de este manual es dar a conocer la identidad propia de la Institución y regular el uso interno de los diferentes símbolos, para facilitar la identificación y el reconocimiento de la imagen de la Universidad de Jaén, así como para afianzar una identidad diferenciada, sostenible en el tiempo y generadora de reputación.

No se puede substituir ni se pueden incorporar otras marcas al logotipo de la Universidad sin la aprobación del Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional de la UJA (gprensa [arroba] ujaen [punto] es)

Manual completo

Manual resumido

Este documento contiene todas las soluciones a problemas gráficos o de diseño de la imagen corporativa de la Universidad; la reglamentación de usos y aplicaciones, así como las normas de convivencia con otros logotipos o símbolos internos y externos, siendo solamente las que aquí aparecen las aceptadas como válidas por la Institución, con el claro objetivo de salvaguardar la identidad e impidiendo su deterioro o mal uso.

Este manual es, por tanto, de obligado cumplimiento para el personal de la Universidad, así como para agentes externos que deseen utilizar las marcas de la Universidad de Jaén, en cualquiera de sus interpretaciones.

El Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional de la UJA será el encargado de velar por el cumplimiento de este manual, realizando las labores de asesoramiento y de resolución de conflictos en el uso de la imagen corporativa. Por lo tanto, todo manual o protocolo de diseño que derive de este manual requerirá la supervisión del Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional (gprensa [arroba] ujaen [punto] es).

En este sentido, la identidad visual corporativa de la Universidad de Jaén está integrada por tres Marcas:

MARCAS

Sólo utilizada por el Rector o Rectora

Marca tradicional

La marca actualizada y más utilizada

Marca Universidad de Jaén

Uso limitado de publicidad y de comunicación

Marca UJA

CONVIVENCIAS DE LA MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN CON OTRAS MARCAS

Convivencias con submarcas o subemisores de la Universidad de Jaén

Convivencias con submarcas o subemisores de la Universidad de Jaén

Convivencias con otras marcas ajenas a la Universidad de Jaén

Convivencias con otras marcas ajenas a la Universidad de Jaén

MATERIALES CORPORATIVOS

Elementos complementarios

Elementos complementarios

Fondos de pantalla

Fondos de pantalla

Fondos para videoconferencias

Fondos para videoconferencias

Firma de correo electrónico

Firma de correo electrónico

Plantillas corporativas

Plantillas corporativas

Protocolos y manuales de comunicación

Protocolos y manuales de comunicación

Cortinillas para vídeos

Plantillas para vídeos