



# Universidad de Jaén

Manual de identidad visual corporativa



# **DIRECTRICES GENERALES**

## ■ 1. INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Jaén, denominado en los Estatutos como Manual de Identidad Gráfica, recoge las normas generales para la aplicación y uso de la identidad de la Institución.

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.

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.

## ■ 2. EMBLEMAS DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

En el Título Preliminar de los Estatutos de la Universidad de Jaén se recogen los emblemas y distintivos que integran la imagen corporativa. De forma precisa, en el artículo 7 se hace referencia al escudo, el logotipo, la bandera, el sello y el himno como símbolos de la Universidad de Jaén.

Asimismo, se destaca que los órganos de gobierno y representación de la Universidad deberán hacer uso de los símbolos propios que correspondan en todas sus actividades oficiales, quedando expresamente prohibida su utilización por cualesquiera otras personas físicas y jurídicas, salvo que cuenten con autorización concedida por Resolución Rectoral.

### **BANDERA**

La bandera de la Universidad de Jaén se presenta en plano rectangular en color verde olivo (Pantone 349 C), con su emblema o escudo en el centro y sin la leyenda "Universidad de Jaén".



## ■ 3. ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

### EL SÍMBOLO

El símbolo de la Universidad de Jaén es el escudo recogido en sus Estatutos. Como norma general, el escudo siempre debe ir acompañado del nombre de marca "Universidad de Jaén". Excepcionalmente y para usos autorizados, podrá utilizarse el escudo sin el nombre de marca.



### EL NOMBRE DE MARCA

El nombre de marca está compuesto por la leyenda "Universidad de Jaén" con una tipografía que estará normalizada para cada una de las marcas. El nombre de marca no puede ser utilizado sólo como elemento de comunicación y **siempre aparecerá en castellano**.

# UNIVERSIDAD DE JAÉN

# Universidad de Jaén

La unión del símbolo y el nombre de marca configuran la imagen corporativa de la Universidad de Jaén.

## MARCAS

La Universidad de Jaén, por su trayectoria y evolución, posee tres marcas destinadas a diferentes usos, con el objetivo de que cualquiera de sus símbolos pueda convivir con el de otras instituciones u organismos para preservar, con el mayor rigor, su identidad corporativa.

De esta manera, la aplicación de las marcas de la Universidad de Jaén queda limitada de la siguiente manera:

### MARCA TRADICIONAL

Para actos de especial relevancia, solemnes o protocolarios del Rector/a.



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

### MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN

Para usos institucionales, administrativos y académicos.



**Universidad de Jaén**

### MARCA UJA

Para uso exclusivo de carácter digital, de comunicación, de señalética y de merchandising.

**UJa.**  
Universidad de Jaén

## ■ 4. TIPOGRAFÍAS

La tipografía corporativa de la Universidad de Jaén se convierte en un elemento de suma importancia para el correcto uso e interpretación de la identidad corporativa.

Tomando como base los usos limitados de las marcas que posee la Universidad de Jaén, se han seleccionado dos familias tipográficas diferentes, que están en consonancia con el uso de la marca y en armonía con la identidad corporativa de la Universidad. Estas tipografías se usarán siempre para indicar el emisor principal (Universidad de Jaén) así como los subemisores en cualquier documento o material corporativo, en línea con las directrices que se indican más adelante. No se establece una tipografía auxiliar determinada para la elaboración del cuerpo de los documentos.

### MARCA TRADICIONAL

#### TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Aa

*New Baskerville BT Roman*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

#### TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

*Aa*

*New Baskerville BT Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*1234567890*

**Aa**

**New Baskerville BT Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**



## MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN Y MARCA UJA

### TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Aa

DIN Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

Aa

DIN Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Aa

DIN Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Aa

DIN Next LT Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890





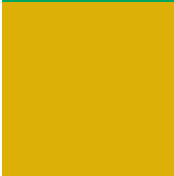
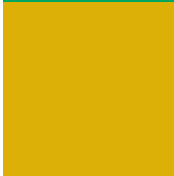




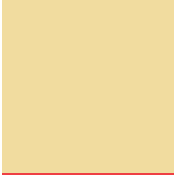
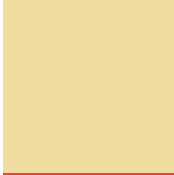




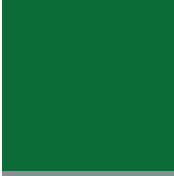
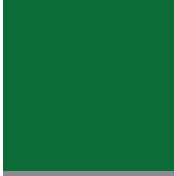

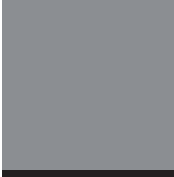
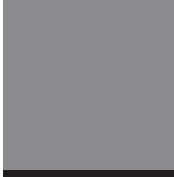





## 5. COLORES CORPORATIVOS

Se definen como colores corporativos de la Universidad de Jaén los códigos cromáticos asociados al escudo de la Universidad, con ampliación del Pantone® Cool Gray 8C, Pantone® Black C y Pantone® 349 C por necesidades de diseño que se detallan a lo largo del manual.

Para la aplicación de los colores corporativos, se ha de buscar la referencia pantone o sus correspondencias en cuatricomía para la reproducción en imprenta.

### PALETA CORPORATIVA

Pantone ®	Cuatricomía	Color web
 Pantone 355 C 100 %	 100 C / 0 M / 90 Y / 0 K 100 %	 #00A65D 100 %
 Pantone 117 C 100 %	 0 C / 20 M / 100 Y / 15 K 100 %	 #DDB10A 100 %
 Pantone 117 C 75 %	 0 C / 20 M / 100 Y / 15 K 75 %	 #DDB10A 75 %
 Pantone 117 C 40 %	 0 C / 20 M / 100 Y / 15 K 40 %	 #DDB10A 40 %
 Pantone 185 C 100 %	 0 C / 90 M / 75 Y / 0 K 100 %	 #EF4044 100 %
 Pantone 349 C 100 %	 90 C / 30 M / 100 Y / 25 K 100 %	 #006D38 100 %
 Pantone Cool Gray 8 C 100 %	 50 C / 40 M / 38 Y / 0 K 100 %	 #898A8D 100 %
 Pantone Black C 100 %	 0 C / 0 M / 0 Y / 100 K 100 %	 #231F20 100 %

## ■ 6. ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

### FONDO Y FIRMA

Se podrá hacer uso del siguiente fondo como complemento gráfico corporativo en la realización de cualquier tipo de adaptación de la marca, con el fin de embellecer el diseño de la misma, tomando el motivo constante que corresponde al isotipo de la marca. Se podrá seccionar si fuera necesario siempre atendiendo a la retícula de diseño.



Color CMYK: 0 C / 0 M / 0 Y / 100 K - 10%

## **UJAEN.ES**

Este elemento complementario se ha diseñado para acompañar a la marca Universidad de Jaén y a la marca UJA en las comunicaciones. Indica la dirección web de la Universidad de Jaén, en la que se recoge la información de la Institución.

# UJaen . es

## **UJA.**

Este elemento complementario se ha diseñado para hacer referencia a la marca UJA de manera abreviada. Al igual que la marca UJA, este elemento complementario no puede utilizarse como base para el diseño de otros nombres de marca, ni conceptos publicitarios, en cuyo caso tendría que emplearse el acrónimo UJA como texto. Cualquier excepción, ha de ser aprobada.

# UJa .

**MARCA UJA**

## ■ 1. USOS

Se trata de la nueva marca diseñada en exclusiva para la Universidad de Jaén en su apuesta por modernizar la imagen corporativa. Esta versión es la traducción más funcional y espontánea de reconocer y nombrar a esta Universidad por sus siglas, quedando su uso limitado con fines de carácter digital, de comunicación, de señalética y de merchandising. Su aplicación en estos contextos se explicará con detalles en los epígrafes posteriores.

La marca UJA está compuesta por el acrónimo UJA y el nombre de marca "Universidad de Jaén", separados por un punto, que representa la apuesta de la Institución por la comunicación digital. Este diseño sigue las tendencias gráficas actuales y pretende reforzar la nueva política de comunicación de la Universidad de Jaén.

Las relaciones proporcionales entre los distintos elementos que la componen deben mantenerse tal y como se especifica en este manual, así como las aplicaciones para su uso en cualquier soporte, siendo el Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional el encargado del asesoramiento y resolución de conflictos en su uso y aplicación para todas las situaciones que así lo requieran.

## ■ 2. VERSIONES DE LA MARCA

La marca UJA de la Universidad de Jaén podrá ser utilizada en cualquiera de las versiones que se presentan a continuación.

### MODELO VERTICAL

**UJa.**   
**Universidad de Jaén**

### MODELO HORIZONTAL

**UJa**  **Universidad  
de Jaén**



## ■ 3. VERSIÓN MODELO VERTICAL

### 3.1. CONFIGURACIÓN DE LA MARCA

La marca UJA de la Universidad de Jaén, en su estudio propio de marca, está configurada por las siguientes partes:

**A - ANAGRAMA**

**B - EMISOR PRINCIPAL**





### 3.2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Este apartado presenta la modulación constructiva de la marca, montado sobre retícula, tomando como unidad modular 1 cuadro para facilitar su comprensión dimensional y ser susceptible de ser reproducido a gran tamaño cuando se requiera.

#### MODULACIÓN

La marca está compuesta por el módulo de construcción A. Dicha composición determina la alineación de elementos que configuran la marca según la siguiente cuadrícula de medidas.



Se establece un tamaño de reproducción mínimo de la marca con el fin de no alterar los detalles que la forman.





### ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección preserva a la marca de otros elementos gráficos y mantiene su integridad visual, no pudiéndose colocar dentro de este área ningún elemento gráfico ni tipográfico, siendo su tamaño proporcional al módulo de construcción de la marca.



### 3.3. COMPORTAMIENTO DE LA MARCA ANTE DIFERENTES FONDOS

#### POSITIVO

La marca UJA de la Universidad de Jaén se podrá utilizar en valores positivos para este modelo vertical, cuando el fondo sea lo suficientemente claro para visualizarla correctamente y siempre dando prioridad a la versión a color. Primarán los usos de la marca sobre los colores corporativos que se presentan en este manual.



Versión Principal alternativa

Pantone 349 C / Pantone Black C



Versión Principal negro

Pantone Black C

## NEGATIVO

La marca UJA de la Universidad de Jaén se podrá utilizar en valores negativos, para este modelo vertical, si el fondo es demasiado oscuro para visualizarla correctamente y siempre dando prioridad a la versión a color. Primarán los usos de la marca sobre los colores corporativos que se presentan en este manual.



Negativo versión Principal alternativa

Pantone 349 C / Pantone Black C



Negativo versión Principal negro

Pantone Black C



## ■ 4. VERSIÓN MODELO HORIZONTAL

### 4. 1. CONFIGURACIÓN DE LA MARCA

La marca UJA de la Universidad de Jaén, en su estudio propio de marca, está configurada por las siguientes partes:

**A - ANAGRAMA**

**B - EMISOR PRINCIPAL**



## 4.2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Este apartado presenta la modulación constructiva de la marca, montado sobre retícula, tomando como unidad modular 1 cuadro para facilitar su comprensión dimensional y ser susceptible de ser reproducido a gran tamaño cuando se requiera

### MODULACIÓN

La marca está compuesta por el módulo de construcción A. Dicha composición determina la alineación de elementos que configuran la marca según la siguiente cuadrícula de medidas.



Se establece un tamaño de reproducción mínimo de la marca con el fin de no alterar los detalles que la forman.





## ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección preserva a la marca de otros elementos gráficos y mantiene su integridad visual. Dentro de este área no debe colocarse ningún elemento gráfico ni tipográfico. Su tamaño será proporcional al módulo de construcción de la marca.

2A



### 4.3. COMPORTAMIENTO DE LA MARCA ANTE DIFERENTES FONDOS

#### POSITIVO

La marca UJA de la Universidad de Jaén se podrá utilizar en valores positivos para este modelo horizontal cuando el fondo sea lo suficientemente claro para visualizarla correctamente y siempre dando prioridad a la versión a color. Primarán los usos de la marca sobre los colores corporativos que se presentan en este manual.



Versión Principal alternativa

Pantone 349 C / Pantone Black C



Versión Principal negro

Pantone Black C



## NEGATIVO

La marca UJA de la Universidad de Jaén se podrá utilizar en valores negativos, para este modelo horizontal, si el fondo es demasiado oscuro para visualizarla correctamente y siempre dando prioridad a la versión a color. Solamente serán aceptados los usos de la marca sobre los colores corporativos que se presentan en este manual, considerándose cualquier otro uso incorrecto y en perjuicio de la propia marca e imagen.



Negativo versión Principal alternativa

Pantone 349 C / Pantone Black C



Negativo versión Principal negro

Pantone Black C

## EJEMPLO DE REPRODUCCIÓN SOBRE FONDOS

El comportamiento de la marca sobre diversos fondos viene determinado por el grado de oscuridad de estos. En este manual se define la imagen visual de la marca UJA en diferentes representaciones publicitarias con contenido fotográfico, siendo estas normas de consulta obligada para la implantación de todo mensaje emitido por la entidad o por terceros.

Es por tanto que se hará uso de la marca UJA, en cualquiera de sus versiones vertical u horizontal, en valor positivo y cuando la imagen tenga espacio suficiente para insertarlo y que este no se vea interferido por su contenido, respetando siempre las áreas de protección del mismo.

### FONDOS CLAROS

Si el fondo del cartel que se realice tiene tonalidades claras o blanco, se usará el positivo de la marca principal.





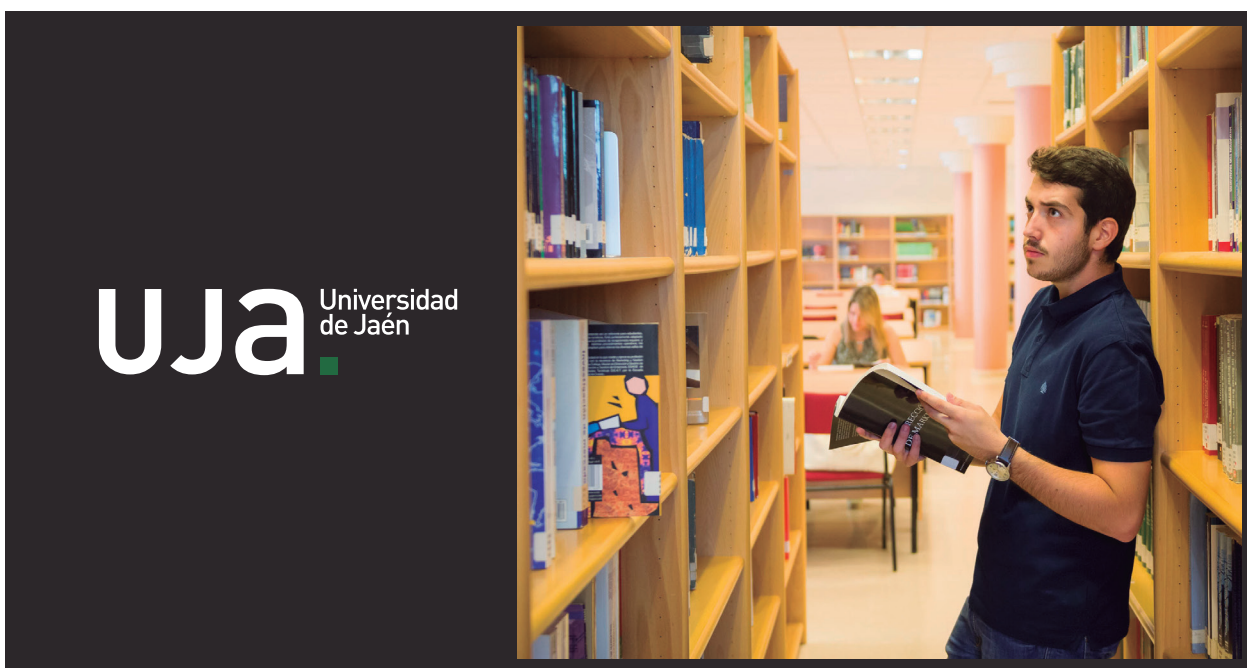
## FONDOS OSCUROS

Cuando el fondo del cartel que se utilice tenga tonalidades oscuras o similares, se usará el negativo de la marca principal negra.



## FONDO NEGRO

Si el fondo del cartel que se realice es de color negro, se usará el negativo de la marca principal.



## ■ USOS INCORRECTOS

### 5.1. USOS INCORRECTOS DE LA MARCA UJA

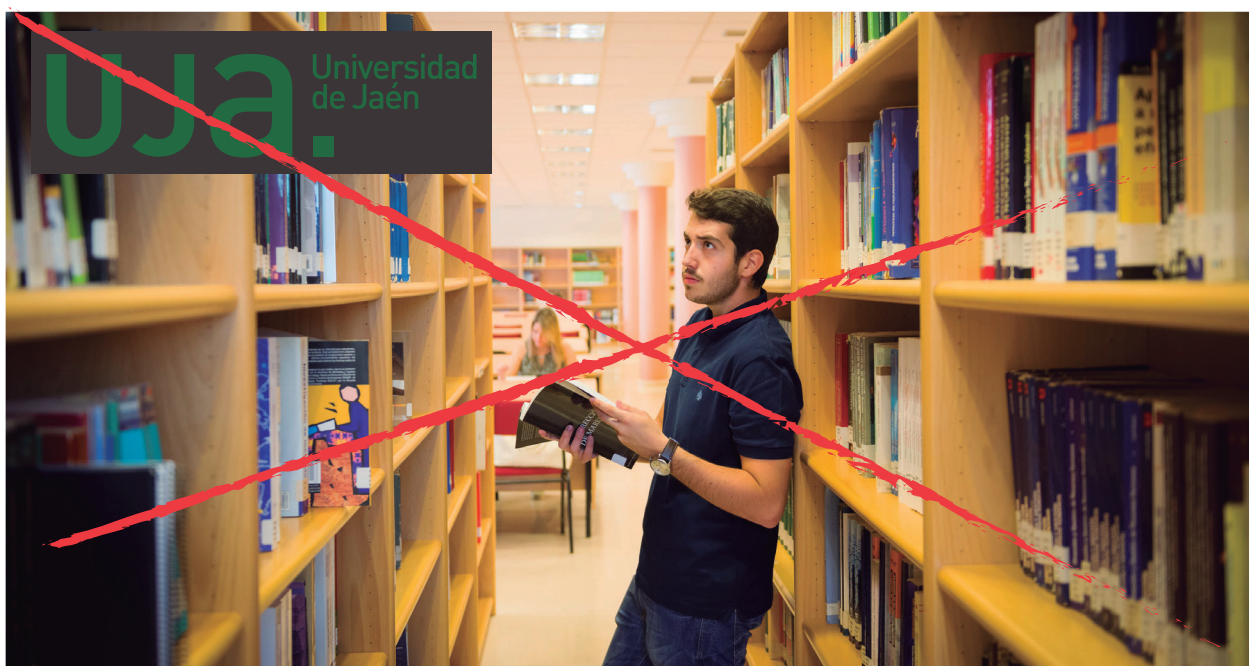
En este apartado se muestran los usos incorrectos de la marca UJA de la Universidad de Jaén.

- 1 - Ningún elemento podrá invadir el área de protección establecido alrededor de la marca principal.
- 2 - Las únicas tipografías que se emplearán serán las especificadas en el apartado 'tipografías y usos', en el orden y forma que se indican.
- 3 - La combinación entre el anagrama y el nombre de marca deberá mantener la proporción establecida.
- 4 - El comportamiento cromático ha de ser estrictamente el indicado en este manual.



## 5.2. USOS INCORRECTOS

A continuación se detallan los usos incorrectos de la marca sobre diferentes fondos en formatos publicitarios.



## 6. DIGITAL Y MULTIMEDIA

Con carácter general, se utilizará siempre la marca UJA en soportes o medios digitales, salvo en el caso de materiales multimedia, donde excepcionalmente podrá usarse la marca Universidad de Jaén, por parte del Rector o Rectora; o en aquellas situaciones en las que se autorice, por razones de convivencia con otras marcas. A continuación se detallan los usos correctos de la marca UJA y de la marca Universidad de Jaén en convivencia con otras marcas, en distintas plataformas o herramientas de comunicación online.

### WEB

La marca UJA será la marca principal en los sitios web o páginas web de la Universidad de Jaén. La configuración y diseño de los distintos sitios o páginas webs se realizarán de acuerdo con el Manual de Estilo Web, aprobado por la Institución.

Excepcionalmente, se podrá utilizar la marca UJA en convivencia con submarcas o subemisores con logotipos de la Universidad de Jaén, en cuyo caso, la marca UJA se situará a la izquierda de la cabecera de la web, y la submarca, a la derecha.

En el footer de las páginas o sitios webs de la UJA prevalece la marca UJA. Y en el caso de convivencia con otras submarcas o subemisores con logotipo de la Universidad de Jaén se utilizará la marca Universidad de Jaén.

Cuando la Universidad de Jaén aparece en otras páginas o sitios webs de otras instituciones, la imagen que tiene que aparecer es la marca Universidad de Jaén.

Todos los detalles sobre estilo web se encuentra en el Manual de Estilo Web.



## MATERIAL MULTIMEDIA

En el material multimedia se utilizará preferentemente la marca UJA, excepto para uso del Rector o Rectorada, que utilizará la marca Tradicional. En el caso de convivencia con otras submarcas o subemisores con logo de la Universidad de Jaén se utilizará la marca Universidad de Jaén.





## PIE DE CORREO ELECTRÓNICO

Se ha diseñado esta plantilla de pie de correo electrónico, para el personal de la Universidad, en cualquier comunicación de carácter interno o externo. Con carácter exclusivo, se utilizará la marca UJA para identificar a la institución en el pie de correo electrónico, sin ningún tipo de subemisor, ni subemisor con logotipo. Cualquier información adicional se recoge en el cuadro de texto, que aparece a la derecha de la marca UJA.

Para generar la firma de pie de correo, consultar a esta web:

<https://www.ujaen.es/servicios/sinformatica/generador-de-firma-para-pie-de-correo-ujienes>

Para: |

Cc:

Cco:

Asunto:

Firma: Ninguna

**Buenas Tardes**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

**UJA** Universidad de Jaén

**Nombre Apellido Apellido**  
Cargo  
nombre.apellido@ujaen.es

**Universidad de Jaén**  
Vicerrectorado de Proyección de la Cultura, Deportes y Responsabilidad Social  
Edificio Rectorado B1  
Campus Las Lagunillas, s/n - 23071 - Jaén | Tlf: +34 953 212 338 | vicpro@ujaen.es

**UJAen.es**

## 7. SEÑALÉTICA

La marca UJA prevalecerá en el diseño de la señalética, sin convivencia con otras submarcas, subemisores o subemisores con logotipo. Excepcionalmente, se puede utilizar la marca Universidad de Jaén en aquellos casos autorizados. Para más detalles, se puede consultar el Manual de Señalética de la Universidad de Jaén.

### Monolito



## ■ 8. COMUNICACIÓN

A continuación se detallan las normas de uso de la marca UJA de la Universidad de Jaén para diferentes soportes publicitarios o medios masivos. Se trata de diseños de plantillas de los formatos más utilizados por la Universidad o medios en los que tradicionalmente está presente la Institución.

Para la publicidad institucional y materiales informativos del Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional (nota de prensa, convocatorias, material fotográfico...) se utilizará la marca UJA. En caso de convivencia con otras marcas o subemisores con logotipo prevalecerá la marca Universidad de Jaén. Además, deberán tenerse en cuenta las siguientes directrices:

- En los casos en los que sea necesario incluir imágenes o textos que acompañarán a la marca, se hará preservando siempre la integridad de la misma y con base en las normas de uso que se detallan en el apartado (Usos y Fondos).
- Se respetará siempre la zona de protección de la marca establecida en el presente manual, con el objetivo de no desvirtuar su identidad.
- Se utilizará la nueva marca UJA de la Universidad de Jaén, en cualquiera de las versiones de la misma y respetando siempre las normas de uso de este manual y detalladas en el apartado Versiones de la Marca.
- La dimensión de la marca deberá estar en equilibrio con el tamaño del soporte publicitario. En el caso de los soportes de publicidad exterior, el tamaño se verá condicionado por las características de la publicidad colocada en ellos ya que el mensaje deberá verse en movimiento, a diferentes distancias y en condiciones algunas veces incluso adversas.



**ORIGINAL DE PRENSA**

Página color



ORIGINAL DE PRENSA

Página color

Convivencia con otras instituciones

**LA NOCHE EUROPEA DE L@S INVESTIGADOR@S**

**MUJERES Y HOMBRES QUE HACEN CIENCIA PARA TI**

**30 | 09 | 22**  
**Andalucía | Jaén**

Unidad de Cultura Científica y de la Innovación  
Universidad de Jaén

**FERIA DE LA CIENCIA**  
| Plaza de El Corte Inglés  
Entrada libre hasta completar aforo (siguiendo las normas de seguridad COVID)

17.00 - 22.00 horas  
Talleres y experimentos

**MICROENCUENTROS**  
| Antigua Escuela de Magisterio  
Inscripción previa

18.00 - 22.00 horas

**VISITAS GUIADAS**  
| Catedral de Jaén: conocer para perdurar  
| Desplazamientos activos  
| Paseos Sonoros por el Jaén Napoleónico

Inscripción previa

19.00 - 21.00 horas

**CIENCIA EN EL MUSEO**  
| Museo de Jaén / Museo Ibero  
Inscripción previa

18.00 - 22.00 horas  
Escape room, talleres, exposiciones, y visitas guiadas

**FERIA DE LA CIENCIA**  
| El Pósito (Linares)  
Entrada libre hasta completar aforo (siguiendo las normas de seguridad COVID)

17.00 - 22.00 horas  
Talleres, experimentos y microencuentros

**GALÁ FINAL**  
| Antigua Escuela de Magisterio  
Inscripción previa

21.30 - 23.00 horas  
Entrega XII Premio "Universidad de Jaén" a la divulgación científica.  
Espectáculo científico "Jugando con fuego" (edad de 4 a 144 años)

Más Información: Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i)  
ucc@ujaen.es / 953 21 18 39  
www.ujaen.es

Inscripciones gratuitas en: [lanochedelosinvestigadores.fundaciondescubre.es/jaen](http://lanochedelosinvestigadores.fundaciondescubre.es/jaen)

[www.lanochedelosinvestigadores.fundaciondescubre.es](http://www.lanochedelosinvestigadores.fundaciondescubre.es) | #NIGHTSpain

**Organizan**

DESQUBRE, CSIC, UJA, UNIVERSIDAD DE CÁDIZ, UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, UNIVERSIDAD DE SEVILLA, UCA, JUNTA DE ANDALUCÍA, FERIA DE LA CIENCIA, ESCUELA DE MAGISTERIO, MUSEO DE JAÉN, MUSEO IBERO, EL POSITO (LINARES), ESCUELA DE MAGISTERIO

**Financian**

Junta de Andalucía, European Union, European Researchers' Night ESPAIN

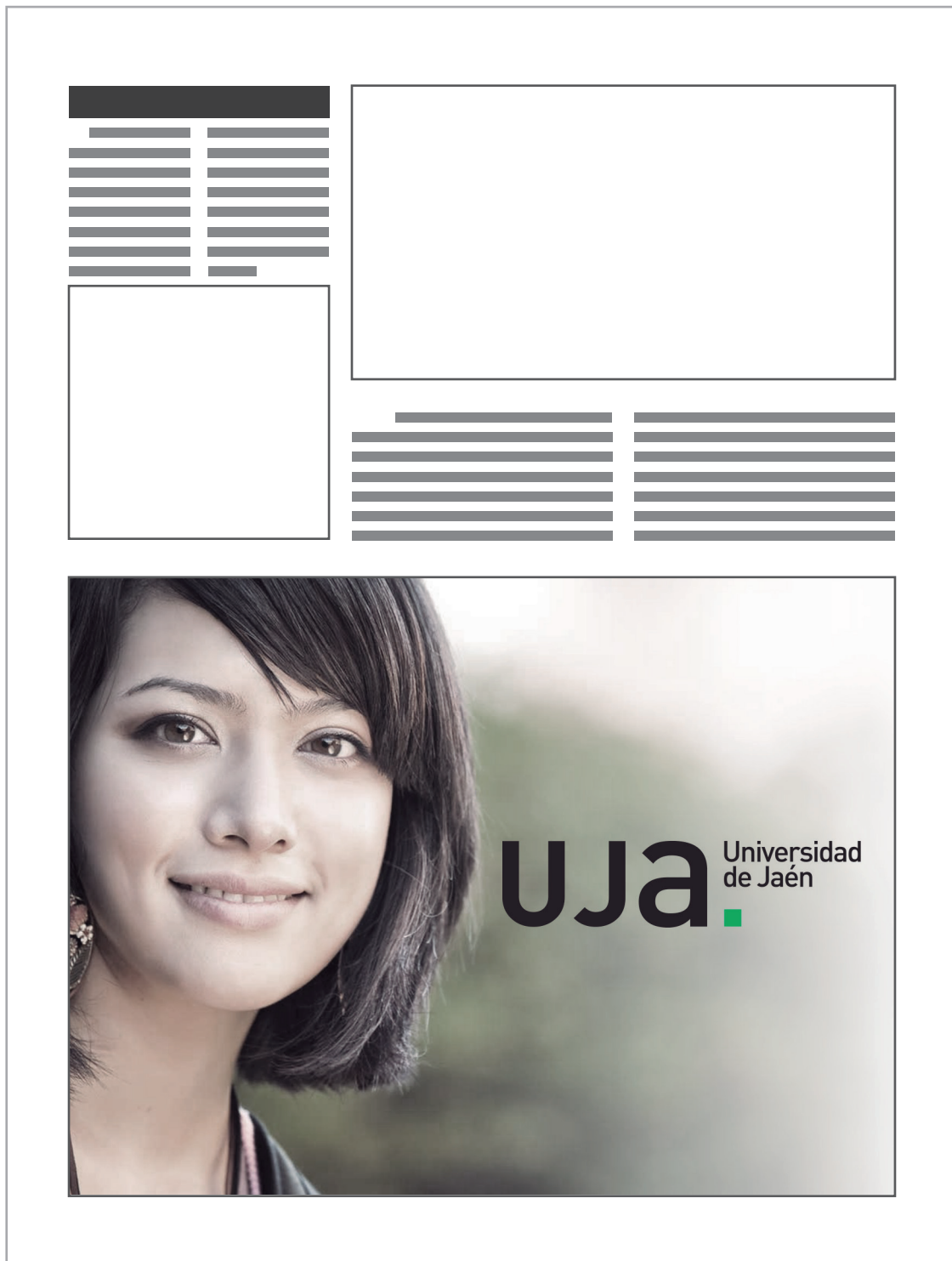
**Colaboran**

Junta de Andalucía, FECYT, UJA, IMPRESORA, UJA, JUNTA DE ANDALUCÍA, ESCUELA DE MAGISTERIO, MUSEO DE JAÉN, MUSEO IBERO, EL POSITO (LINARES), ESCUELA DE MAGISTERIO



**ORIGINAL DE PRENSA**

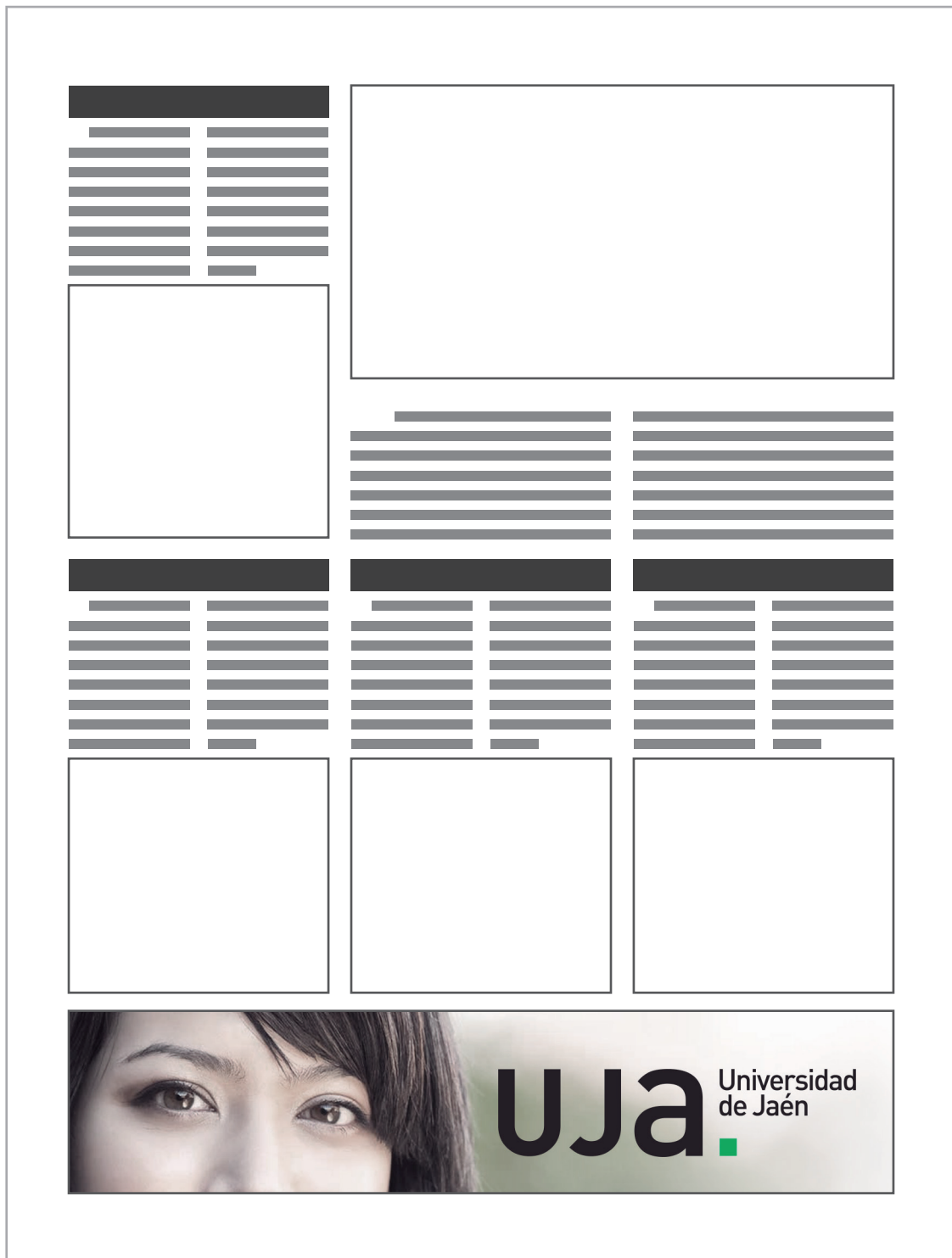
Media página color





**ORIGINAL DE PRENSA**

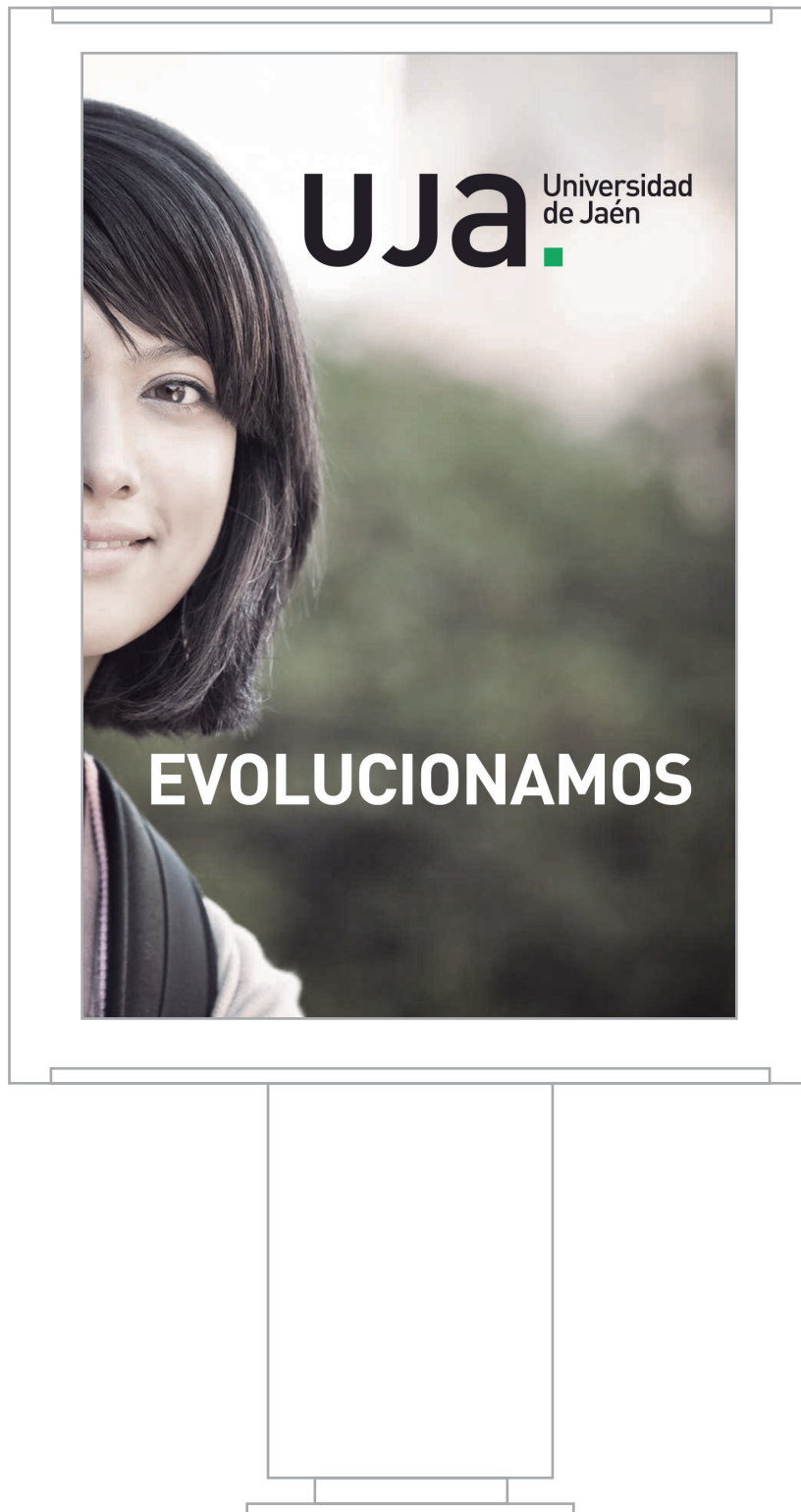
Faldón color





**MUPI**

Tamaño: 1,2x1,75m







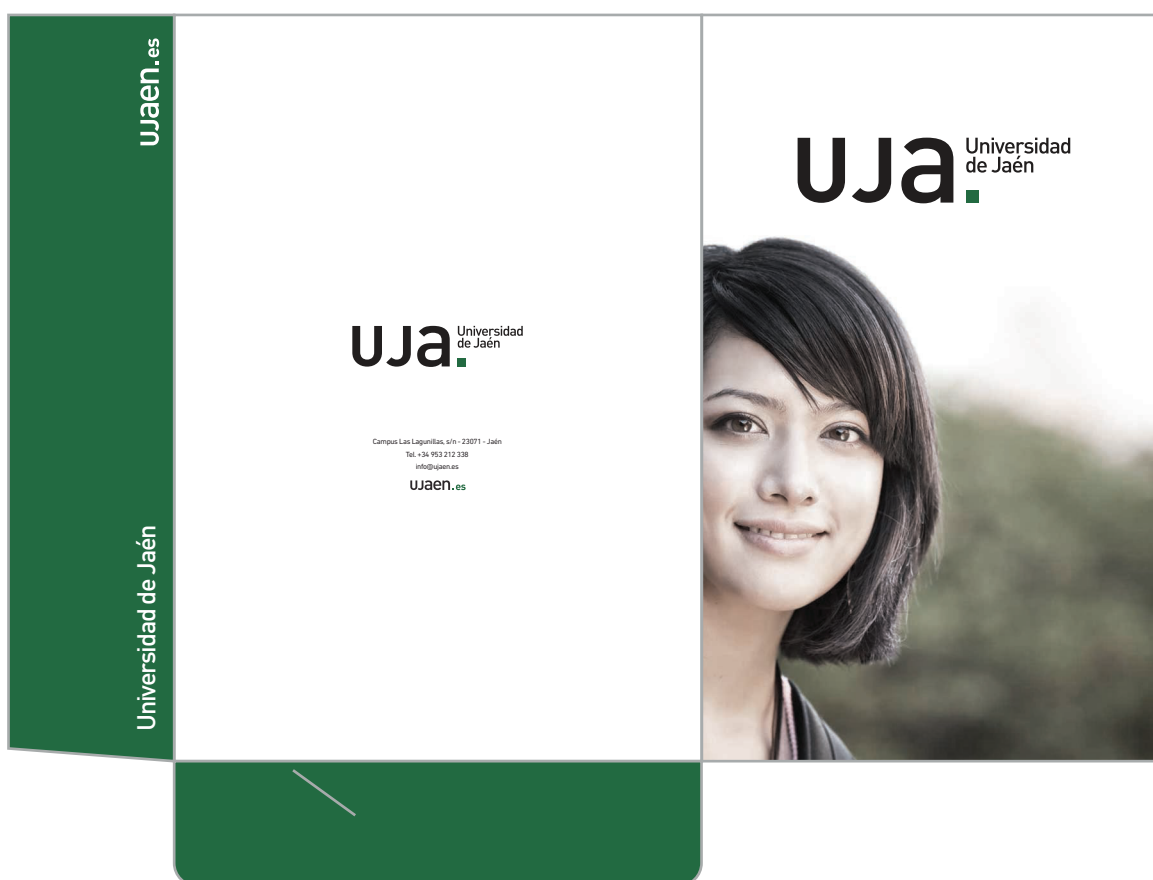
**VALLA**

Tamaño: 8x3m



### CARPETA PROMOCIONAL PARA EVENTOS

La carpeta promocional para eventos es otra pieza complementaria que puede utilizarse en las campañas de comunicación. A continuación se muestra un diseño de carpeta que permite asegurar el correcto uso y presencia de la marca UJA.

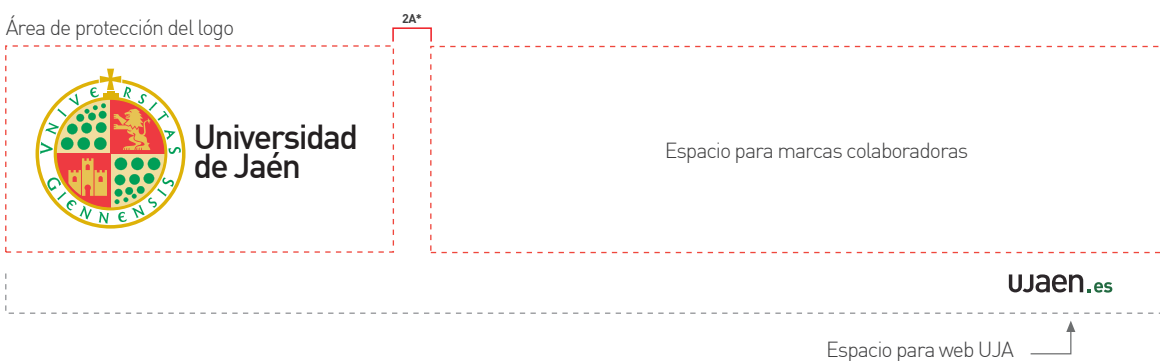
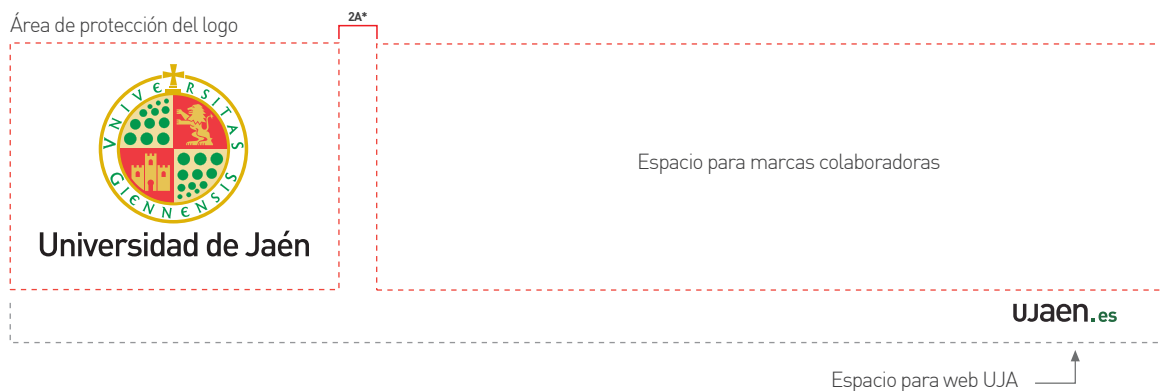




## 8.1. COMUNICACIÓN EN CONVIVENCIA CON MARCAS COLABORADORAS

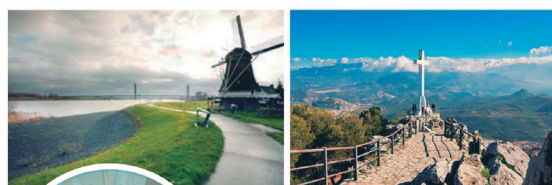
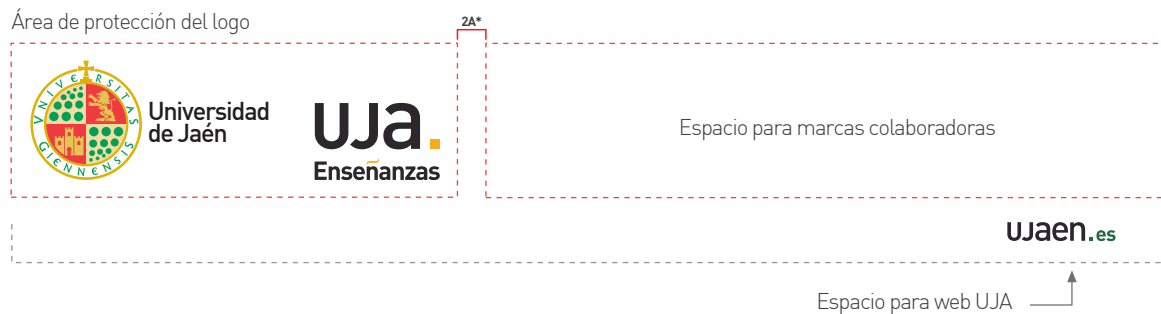
En el caso de que existiera la necesidad de convivencia con otras marcas o entidades en cualquiera de los soportes publicitarios o plataformas de comunicación online, estas se ubicarían a la misma altura y tamaño que la marca de la Universidad de Jaén, en el margen izquierdo del diseño, y respetando siempre el área de protección de la principal, colocada en el margen derecho del diseño, tal y como se indica en el siguiente esquema.

### CONVIVENCIA CON MARCAS COLABORADORAS



\* Véase el apartado de Construcción de Marca

## CONVIVENCIA CON OTRAS SUBMARCAS O SUBEMISORES CON LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN



### Landscapes: archives of the past, inspiration for the future

**Drs. Henk Alkemade**  
Connecting Archaeology and Architecture in Europe  
(CARARE)  
Councillor European Network Association  
Chair European TECH

Lunes, 13 de marzo de 2023. A las 11:30 h.

Ágora del Instituto Universitario de Investigación  
en Arqueología Ibérica de la Universidad de Jaén.  
Edificio C-6



**MÚSICA**

**FRAN LLORENS**  
Y LA  
**BIG BAND**  
DEL CONSERVATORIO SUPERIOR DE MÚSICA  
'ANDRÉS DE VANDELVIRA' DE JAÉN

16 FEB. 23  
20.00 HORAS / AULA MAGNA  
(CAMPUS DE LAS LAGUNILLAS)  
INSCRIPCIÓN PREVIA EN [HTTPS://EVENTOS.UJAEH.ES](https://eventos.ujaen.es)

Universidad de Jaén UJa. Cultura AV

UJA Cultura

\* Véase el apartado de Construcción de Marca

## 8.2. COMUNICACIÓN EN CONVIVENCIA CON OTRAS SUBMARCAS O SUBEMISORES CON LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

En el caso de que existiera la necesidad de convivencia con otras submarcas o subemisores con logotipo de la Universidad de Jaén en cualquiera de los soportes publicitarios o plataformas de comunicación online, dicha convivencia se ubicarían en un lugar destacado, pero no predominante, ya que en encabezados o en portadas primará la marca UJA.



Tríptico en el que aparece en la portada la marca UJA y en la contraportada la marca Universidad de Jaén, en convivencia con un subemisor con logotipo de la Universidad de Jaén

## COMUNICACIÓN EN CONVIVENCIA CON VARIAS SUBMARCAS O EMISORES CON LOGOTIPOS DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN A LA VEZ

En el caso de que existiera la necesidad de convivencia con varias submarcas o subemisores con logotipo de la Universidad de Jaén al mismo tiempo, en cualquiera de los soportes publicitarios o plataformas de comunicación online, dicha convivencia tendría que realizarse, tal y como se indica a continuación.



Universidad de Jaén



**geología 23**  
Jaén

Sábado 6 de mayo de 2023

**Un recorrido geológico por las minas de plomo de Linares: pasado y presente**

**EXCURSIÓN GRATUITA**

DOS PUNTOS DE ENCUENTRO: Jaén: Parada de autobús del Campus de las Lagunillas (rotonda de los Pavos) 8:30 h. Linares: Pabellón Deportivo Universitario (frente al Campus Científico-Tecnológico), 9.15 h.

INSCRIPCIÓN PREVIA NECESARIA EN <https://www.ujaen.es/servicios/ucc/ eventos/geologia-23-jaen>

Máximo número de asistentes: 100 personas

**Información detallada:**  
Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+I)  
953 211 839 / [ucc@ujaen.es](mailto:ucc@ujaen.es) / <https://geologia.es/>

COORDINA:



Con la colaboración de:



ORGANIZAN:

Departamento de Geología



**Iniciación al estudio de la escritura hierática I: textos religiosos y literarios del Reino Medio**

12 junio 2023 – 16 junio 2023

PRECIO: 65 €      PLAZAS: 35  
ECTS/HORAS: 3 ECTS      DOCENCIA: Virtual síncrona  
FECHAS: 12/06/2023-16/06/2023      HORARIO: L-V 16:00 a 20:00

PREINSCRIPCIÓN: Del 01 de mayo al 26 de mayo de 2023  
MATRICULACIÓN: Del 30 de mayo al 07 de junio de 2023

Para más información: [magarci@ujaen.es](mailto:magarci@ujaen.es)

PROFESORADO: Dr. D. Roberto Díaz Hernández  
DIRECCIÓN: Dr. D. Alejandro Jiménez Segura  
COORDINACIÓN: Dra. María García López

Prof. Del Área de Historia Antigua      Personal Investigador PPI. Área de H. Antigua  
Universidad de Jaén      Universidad de Jaén

Marca Universidad de Jaén con subemisores



Marca Universidad de Jaén con submarcas



## ■ 9. MERCHANDISING

### CAMISETAS

Ejemplo de estampación de la marca UJA en camisetas.







Ejemplo de estampación de la marca UJA en camisetas.





Ejemplo de estampación de la marca UJA en camisetas.





Ejemplo de estampación de camisetas en convivencia con otros subemisores o subemisores con logotipo de la Universidad de Jaén



## BOLSAS

La Universidad de Jaén podrá utilizar como elemento promocional de la Institución bolsas, de diferentes tamaños y materiales, desaconsejándose el uso de materiales sintéticos por respeto al medio ambiente.





PENDRIVE



## PAPELERÍA

Ejemplo de estampación de la marca UJA en artículos de papelería. En el caso del merchandising de pequeño tamaño, en el que 'Universidad de Jaén' apenas se aprecie, se podrá utilizar el elemento complementario 'UJA punto'.

### Bolígrafos





**Universidad de Jaén**

