



Manual de identidad visual corporativa. Normas básicas

- **Manual completo (pdf)**
- **Introducción (pdf)**
 - Introducción
 - Contextualización histórica
 - Propósito
- **Elementos de imagen corporativa (pdf)**
 - Niveles de identificación institucional
 - Escudo oficial
 - Escudo oficial y sello. Uso
 - Logotipo
 - Logotipo. Uso
 - Composición y proporciones
 - Símbolo
 - Símbolo. Uso
 - Símbolo y sello institucional
 - Composición y proporciones
 - Marca institucional de la Universidad de Granada
 - Marca institucional. Uso
 - Sello administrativo de la Universidad de Granada
 - Usos de los elementos de imagen corporativa
-

Marca institucional de la Universidad de Granada (pdf)

- Versión vertical
 - Uso. Documentación y comunicaciones, i
 - Composición y proporciones
- Versión horizontal
 - Uso. Documentación y comunicaciones, ii
 - Composición y proporciones
- Área de respecto
- Escalabilidad
- Tipografía
- Color

•

Marca institucional. Versiones (pdf)

- Versiones estándar
 - Versiones estándar. Horizontal y vertical
 - Monocromáticas. Horizontal y vertical
 - Negativo. Horizontal y vertical
 - Versiones estándar en color corporativo
 - Criterios de uso
- Marca UGR. Uso

•

Marca y gradación institucional (pdf)

- Niveles de gradación y emisores
- Composición y proporciones
- Ejemplos de aplicación

•

Aplicaciones papelería corporativa (pdf)

- Papel de carta A4
- Sobres

- Tarjetas de visita
- Carpetas
- - **Convivencia con otras marcas (pdf)**
 - Convivencia con marcas propias
 - Convivencia con otras marcas
- - **Usos incorrectos (pdf)**
 - Composición y proporciones
 - Añadidos y sustituciones
 - Formulación de la versión en negativo
- - **Disposiciones transitorias (pdf)**
 - Disposiciones transitorias: papelería
 - Disposiciones transitorias: infraestructuras