

Manual de identidad corporativa

Institutos Nebrija

Índice

1

Elementos base de la marca

1.1 Estructura	04
1.2 Configuración gráfica y reducciones.....	05
1.3 Configuración de unidades y submarcas.....	06
1.4 Identificación de unidades y submarcas.....	07
1.5 Versión monocromo de la marca ...	08
1.6 Aplicaciones sobre fondos corporativos y fotográficos.....	09
1.7 Colores corporativos	10
1.8 Tipografía de uso general.....	11
1.9 Tramas de multiplicidad	12

2

Usos específicos de la marca

2.1 La marca en redes sociales.....	14
2.2 Sellos y estampación.....	15
2.3 Usos inapropiados de la marca.....	16

3

Ejemplos de aplicaciones de la marca

3.1 Firma de correo electrónico.....	18
3.2 Plantillas ofimática	19
3.3 Papelería	20
3.3 Cartelería y rotulación.....	21

1

Elementos base de la marca

1.1 Estructura

La marca de los Institutos Nebrija se compone de dos elementos fundamentales:

Isotipo o símbolo

El grafismo del símbolo corporativo de la marca Nebrija ha sido, desde sus orígenes, el retrato de Antonio de Nebrija. A lo largo de la trayectoria del símbolo se ha ido simplificando el trazo y suavizado las formas, respetando la identidad del retrato original, hasta llegar al grafismo de la versión actual más legible y con mejor calidad de reproducción.

Logotipo

Representación tipográfica del nombre 'Institutos Nebrija', compuesto en tipografía Bembo Titling, que acompaña al retrato para formar su identidad gráfica completa.

El color

Tanto el retrato como el nombre tienen como color principal el negro y la palabra institutos destaca en rojo (Pantone 200 C).

En casos determinados, podrán utilizarse aisladamente los dos elementos que conforman la marca (el símbolo por separado del logotipo y viceversa).



símbolo

INSTITUTOS
NEBRIJA

logotipo

1.2 Configuración gráfica y reducciones

En este apartado queda reflejada la configuración gráfica del logotipo.

En ningún caso deben alterarse las proporciones que aquí se indican, así como tampoco está permitido cortar el símbolo ni integrar otro elemento gráfico en el interior de la pastilla que engloba el logotipo.

Área de reserva

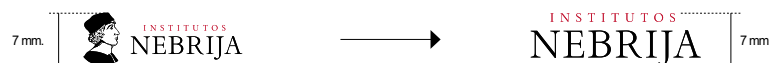
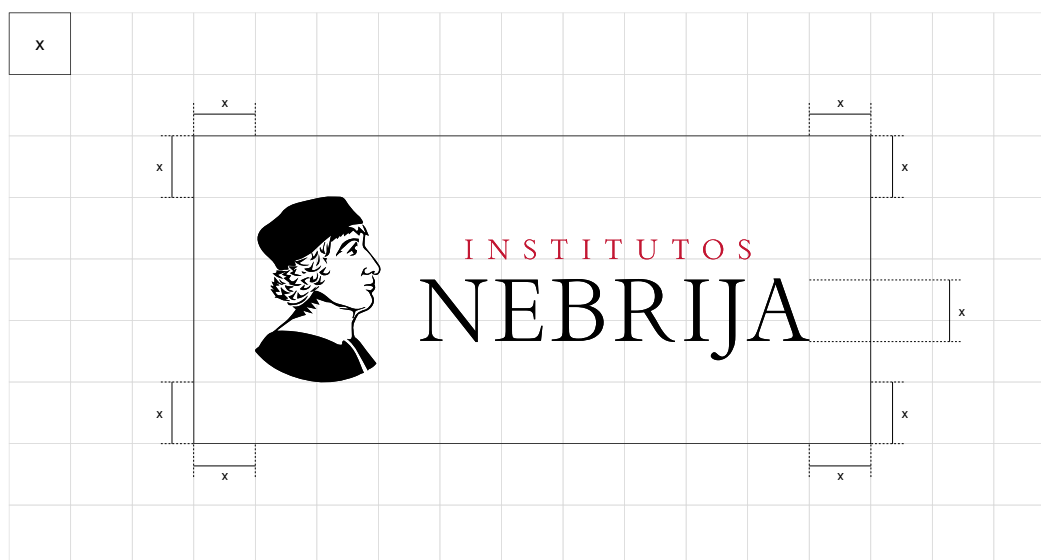
Para asegurar la óptima aplicación de la marca, se ha determinado un área de reserva que establece la distancia mínima que no se debe ocupar con ningún otro elemento.

El área de seguridad queda definida por los márgenes mínimos expuestos en esta página. Las cotas están calculadas en función de X.

Reducciones

Para asegurar la legibilidad y correcta percepción de la marca, existe un tamaño mínimo: la altura no podrá ser inferior a 7 mm.

Para casos en los que el soporte/espacio no permita este tamaño mínimo se utilizara aisladamente el logotipo (sin el retrato).



1.3 Configuración de unidades y submarcas

Para identificar cada Instituto como una unidad se establecen las siguientes reglas:

Marca base. Se mantiene la marca base de Institutos: retrato más representación tipográfica del nombre en singular (Instituto).

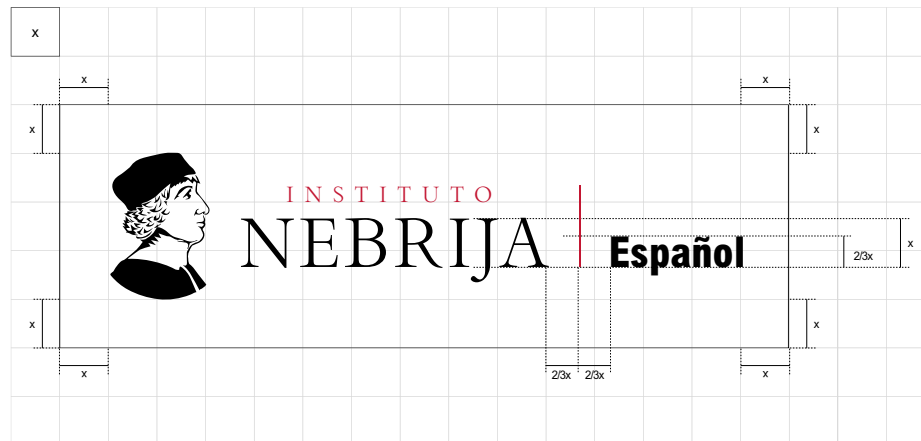
Composición. El nombre de la unidad se sitúa a la derecha de la marca separada por una línea vertical. El nombre será de color negro y el color de la línea Pantone 200.

Tipografía. El nombre de la unidad irá en Arial Extrabold Condensed.

En los casos en que sea necesario identificar una submarca dentro de un Instituto, se incluirá el nombre de la submarca después del nombre del instituto en tipografía Arial Condensed.

En los esquemas de esta página queda reflejada la configuración gráfica de las unidades y submarcas.

Configuración gráfica de las unidades



Configuración gráfica de las unidades con submarca



1.4 Identificación de unidades y submarcas

La marca institucional de los Institutos prevalece como signo identificativo del conjunto de sus unidades.

Cada Instituto (unidad) y submarca se identificará siguiendo las reglas señaladas en el apartado 1.3 Configuración de unidades y submarcas.



INSTITUTO
NEBRIJA

**Lenguas
Modernas**



INSTITUTO
NEBRIJA

**Competencias
Profesionales**



INSTITUTO
NEBRIJA

**Formación
Profesional**



INSTITUTO
NEBRIJA

Artes



INSTITUTO
NEBRIJA

Español



INSTITUTO
NEBRIJA

Español
Centro de Estudios Hispánicos

1.5 Versión monocromo de la marca

La versión en negro y rojo de la marca tiene un carácter prioritario sobre la versión en blanco y negro.

La utilización de la versión monocromo se limita estrictamente a casos específicos cuando las condiciones de producción estén limitadas (prensa, hojas de fax...).

Marca principal



Versión monocromo. Uso permitido de la marca



1.6 Aplicaciones sobre fondos corporativos y fotográficos

La marca se reproducirá como opciones prioritarias sobre fondo blanco, Pantone 200 C o negro.

La opción prioritaria para fondo corporativo Pantone 200C será el uso combinado de la marca en blanco y negro.

Para aplicaciones de la marca sobre fondo oscuro deberá utilizarse la opción del retrato con la cara calada en blanco, tal y como aparecen en los ejemplos de la derecha.

Sobre imágenes fotográficas se aplicará en blanco o negro, en función de la intensidad del fondo para obtener el máximo contraste visual forma/fondo.

Uso para tamaños superiores a 18 mm de alto



Uso permitido para tamaños inferiores a 18 mm de alto



Uso NO permitido



Ejemplos sobre fondos fotográficos



1.7 Colores corporativos

Los colores corporativos principales de la marca Nebrija son el negro y el rojo (Pantone 200).

Colores directos. Para los principales sistemas de impresión (offset, serigrafía, huecograbado, etc.) se ha seleccionado un color directo de la marca Pantone® (sistema de identificación cromática).

Cuatricromía. Los colores se imprimirán en cuatricromía en los porcentajes indicados cuando no se puedan emplear colores directos.

Tricromía. Para las aplicaciones en pantallas.

Hexadecimal. Para aplicaciones en internet. En HTML cada color está representado por un número hexadecimal.



PANTONE®
200 C

CUATRICOMÍA

C: 16%
M: 100%
Y: 77%
K: 6%

TRICOMÍA

R: 194
G: 0
B: 47

HEXADECIMAL

#c2002f



PANTONE®
Process Black

CUATRICOMÍA

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 100%

TRICOMÍA

R: 0
G: 0
B: 0

HEXADECIMAL

#000000

1.8 Tipografía de uso general

El objetivo fundamental de la marca Nebrija es crear y mantener una coordinación y unidad gráfica en todos sus elementos de imagen y comunicación visual. El empleo continuado de una tipografía definida para un uso general, contribuye a cumplir este objetivo manteniendo un estilo tipográfico único.

La tipografía establecida para realizar la composición de textos es la **Arial** (instalada por defecto en todos los sistemas operativos) en sus diversas versiones.

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arial Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arial Bold Italic

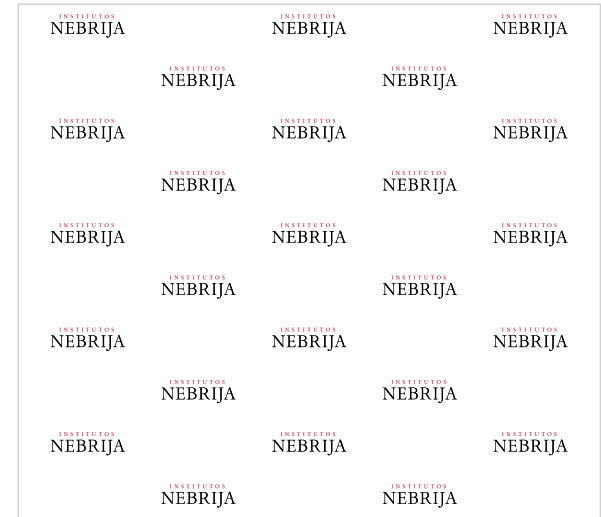
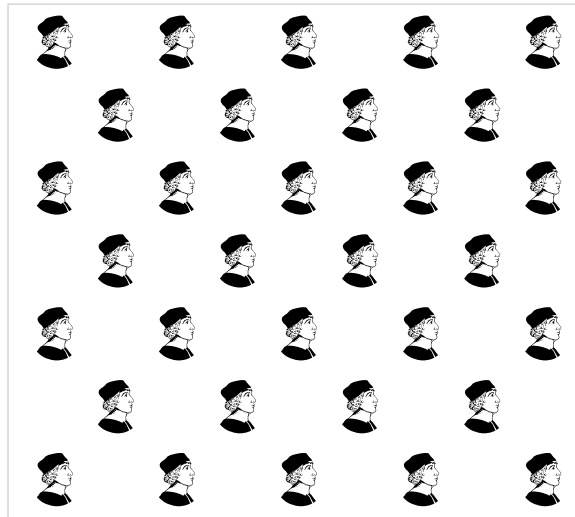
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

1.9 Tramas de multiplicidad

Existen dos tipos de tramas de multiplicidad, cuya función es crear texturas. Se aplicarán en diversos medios como papelería, publicaciones, envoltorios, cartelería exterior, bolsas y otros productos de merchandising.

Su construcción parte de una secuencia de repetición del símbolo en negro sobre fondo blanco, y calado en blanco sobre fondo corporativo Pantone 200 C.

También podrá utilizarse el logotipo como trama con el mismo formato, sobre fondo blanco y calado sobre fondo rojo.



2

Usos específicos de la marca

2.1 La marca en redes sociales

El objetivo de la marca Nebrija es tener un estilo normalizado de identidad en todas las redes sociales. Para ello se han establecido las siguientes pautas:

Imagen de perfil

Fondo blanco y retrato en negro enmarcado en rojo. Se utilizará para subperfiles.

Fondo blanco, retrato en negro enmarcado en rojo y pequeño icono. Se utilizará para diferenciar los distintos institutos.

El uso de estas imágenes queda limitado a los perfiles de redes sociales, no se podrá utilizar en otras aplicaciones sin la aprobación de los responsables de la Marca Nebrija.

Nombre del perfil

El nombre del perfil será el que identifique y diferencie los distintos perfiles. En el nombre siempre debe estar presente la palabra Nebrija.

Subperfil Nebrija

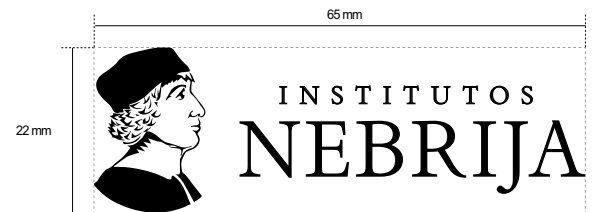


Subperfiles específicos para Institutos



2.2 Sellos y estampación

En esta página se muestra la la marca de Institutos Nebrija para sellos y estampación.



2.3 Usos inapropiados de la marca

El uso de la marca de la Universidad Nebrija siempre debe respetar las normas definidas en los apartados anteriores de este manual.

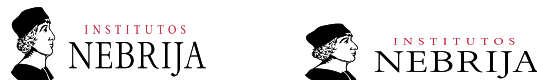
No se deben utilizar versiones de la marca, colores, ni tipografías que no estén contemplados en el manual.

A continuación, y a modo de ejemplo, se presentan diferentes usos incorrectos de la marca de la Universidad Nebrija.

No se recomienda cambiar la disposición de los elementos



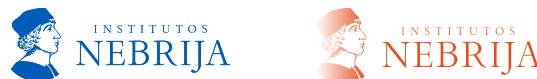
No se puede deformar



No se puede recortar ni girar



No puede contener colores que no sean corporativos, porcentajes de color, ni degradados



La marca no puede fusionarse con otra para crear una tercera marca, a menos que sea una composición autorizada.



No se puede cambiar la tipografía



Sobre fondos oscuros no se puede utilizar el retrato normal calado, se debe utilizar el específico para fondos de color oscuros con la cara calada en blanco



No se pueden utilizar en redes sociales imágenes de perfil con iniciales, palabras, textos,... Se utilizarán, siempre, en todas las redes sociales de la marca Nebrija, las imágenes creadas específicamente para este fin.



3

Ejemplos de aplicaciones de la marca

3.1 Firma de correo electrónico

Se establece un modelo genérico para la firma de correo electrónico con el objetivo de mantener la unidad gráfica.

En esta página se facilitan los datos y estilos que deben aplicarse en la firma, modelo a seguir por todos los Institutos Nebrija.

Tipografía, cuerpo, color

Nombre: Arial Bold (negrita), cuerpo 10 pt., negro.

Cargo: Arial, cuerpo 10 pt., negro.

Departamento: Arial, cuerpo 10 pt., negro.

Direcciones y teléfonos: Arial, cuerpo 10 pt., negro.

Dirección de correo electrónico: Arial Bold, cuerpo 10 pt., negro, subrayado.

Dirección web: Arial Bold, cuerpo 10 pt., #c2002f, subrayado.

Contenido

Los datos se ajustarán a las directrices marcadas por Recursos Humanos.

--



Nombre y apellidos

Cargo

Institutos Nebrija / Instituto Nebrija xxxxx
Campus de M
Dirección, Madrid

91 452 11 01 (ext. 5555)

email@nebrija.es

www.nebrija.com

--



Español

Centro de Estudios Hispánicos

Nombre y apellidos

Cargo

Instituto Nebrija del Español - Centro de Estudios Hispánicos
Campus de Madrid-Princesa
C/Santa Cruz de Marcenado, 27
28015 Madrid (España)

91 452 11 03 (ext. 5555)

email@nebrija.es

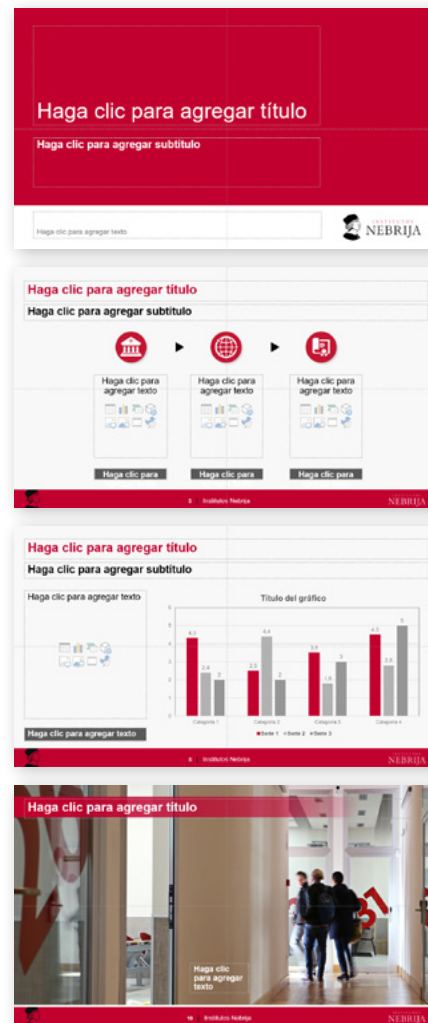
www.hispanicosnebrija.com

3.2 Plantillas ofimática

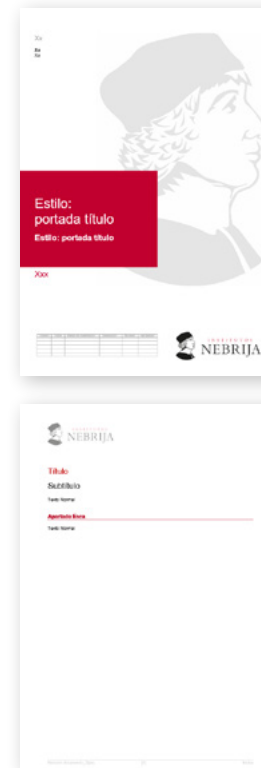
En este apartado se muestra la línea gráfica y aplicación de la marca para las presentaciones y documentos de Institutos Nebrija.

En la intranet de la Universidad (Red Nebrija) se encuentran disponibles plantillas de PowerPoint, Word y Excel, para facilitar la creación de documentos corporativos.

PowerPoint



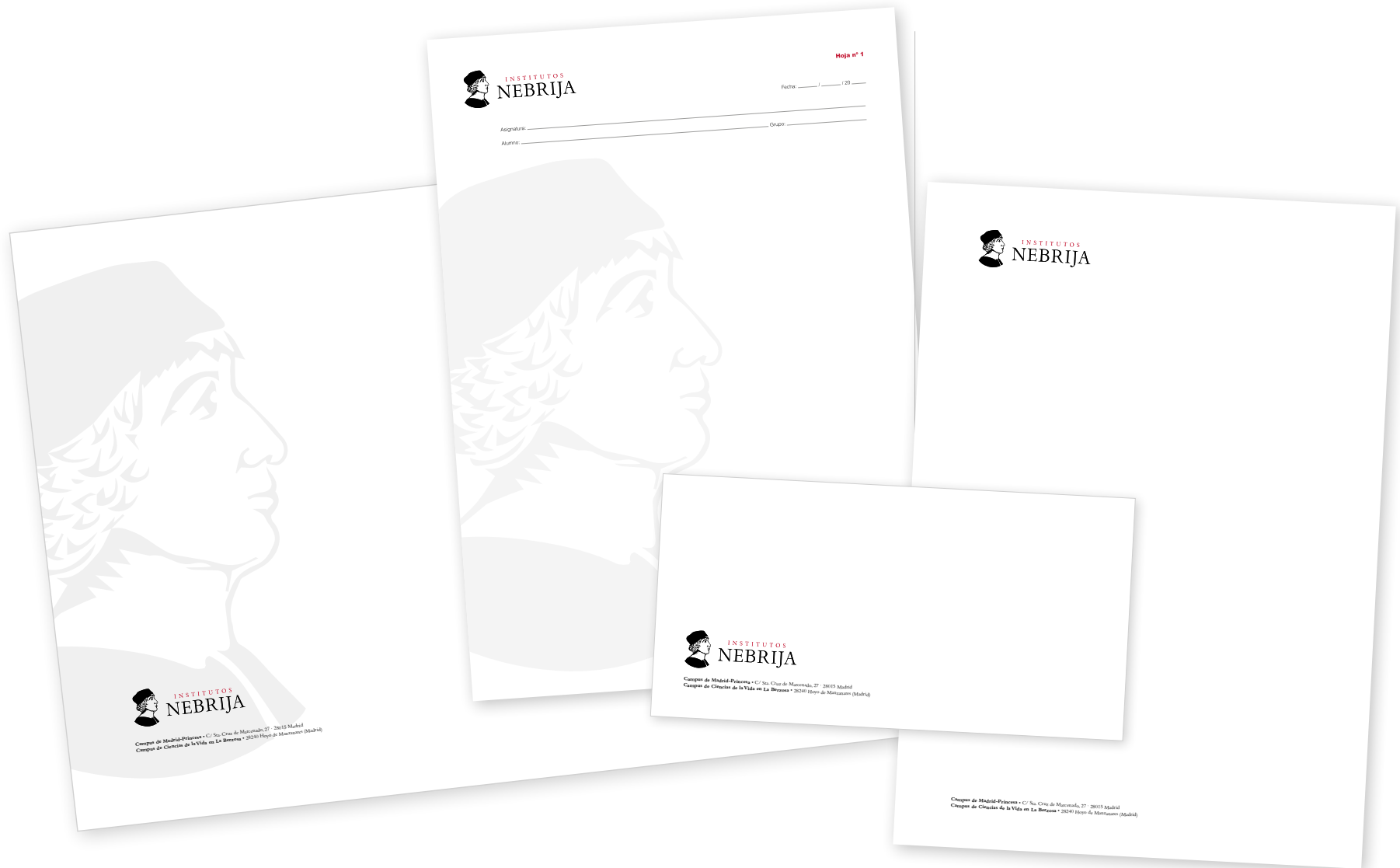
Word



Excel

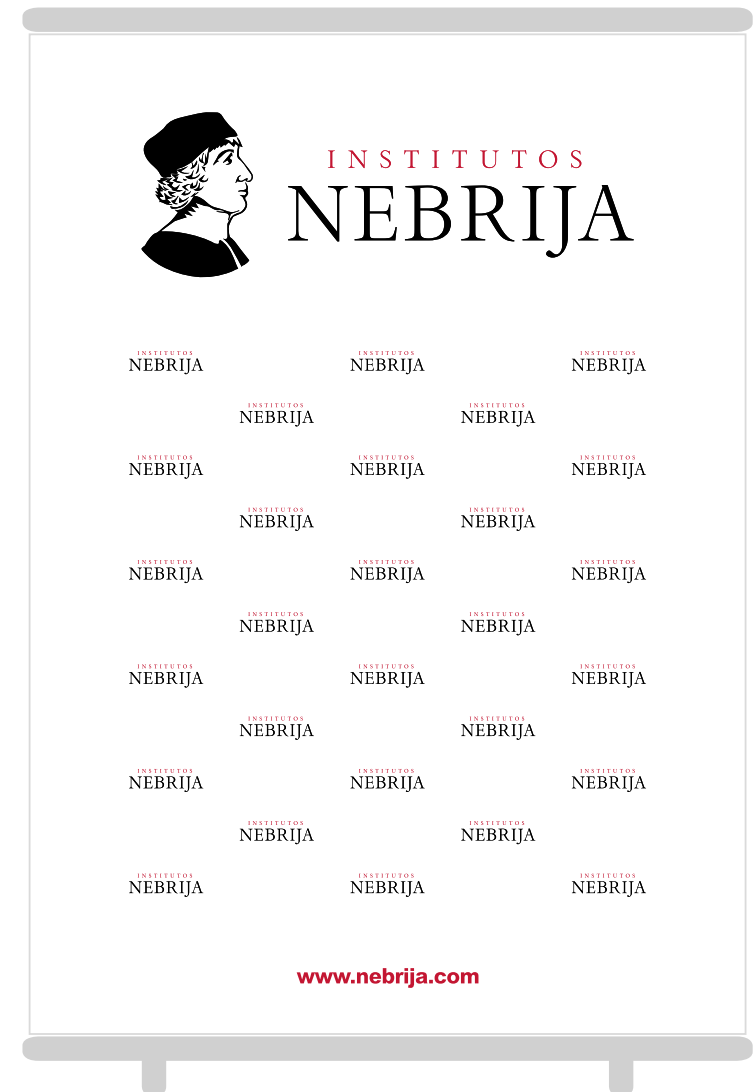


3.3 Papelería



3.4 Cartelería y rotulación

En esta página se muestran dos ejemplos de enaras para su uso en ambientación corporativa.





INSTITUTOS
NEBRIJA