

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



La identidad de una institución en un mundo mediatizado y global como el nuestro está íntimamente ligada a la presencia de marca, y ésta, a su vez, a la consistencia visual de sus mensajes.

La Universidad del Valle de Atemajac ha buscado siempre definir y conservar una identidad clara en todos los ámbitos en que se desempeña, y la comunicación visual no es la excepción.

Así pues, este Manual de Identidad Gráfica se presenta como una herramienta útil en la consecución de este fin, pues permite establecer una guía básica para el resguardo de nuestra imagen institucional, que en el último grado forma parte de nuestra identidad institucional.

Esta es la búsqueda de la Universidad por mostrar congruencia en todas sus actividades y un esfuerzo por hacer consistentes los mensajes impresos y electrónicos que en ella se producen.

Claro está que en nuestro tiempo pocas cosas pueden considerarse inamovibles, y todos los documentos, reglas, lineamientos y demás recursos administrativos deben crecer y evolucionar junto con la Institución. Es por eso que este documento queda abierto a la crítica de los expertos y futuros responsables de la comunicación de la UNIVA para que, con su experiencia, lo enriquezcan y lo adapten a las necesidades propias de su tiempo a fin de responder al reto de la transformación institucional.

Cualquier modificación en el contenido general de este manual, sus políticas, los diseños de identidad y los criterios de aplicación, deberá ser previamente autorizada por la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional.

OBJETIVOS DEL MANUAL

El Manual de Identidad Gráfica de la Universidad del Valle de Atemajac ha sido creado con el propósito de normar el uso y la correcta aplicación de la imagen gráfica institucional de la Universidad.

En este manual se encuentran los lineamientos generales para el uso del logotipo de la Universidad y las aplicaciones básicas del mismo que podrán servir como referencia a las personas responsables de generar y distribuir documentos en los cuales se utilice el logotipo de la UNIVA.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. FILOSOFÍA UNIVA	7
1.1 IDENTIDAD	8
1.2 VALORES INSTITUCIONALES	9
1.3 HISTORIA DE LA IDENTIDAD VISUAL UNIVA	10
1.4 MASCOTA UNIVA	11
1.5 FLOR INSTITUCIONAL	12
CAPÍTULO 2. IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA	15
2.1 IMAGOTIPO UNIVA	16
2.2 ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA	18
2.3 CONSTRUCCIÓN RETICULAR DEL IMAGOTIPO	19
2.4 ÁREAS DE PROTECCIÓN	21
2.5 TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN	22
2.6 COLORES INSTITUCIONALES	23
2.7 PROHIBICIONES EN EL USO DEL IMAGOTIPO O LOGOTIPO	28
2.8 ISOLOGO MASCOTA	31
2.6 TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL	33
CAPÍTULO 3. PAPELERÍA, UNIFORMES Y VEHÍCULOS	35
3.1 PAPELERÍA BÁSICA	36
3.2 PERSONIFICADORES Y AVISOS	43
3.3 IDENTIFICADORES CARPETAS ARGOLLA	44
3.4 CONSTANCIA Y RECONOCIMIENTO	45
3.5 DIPLOMA INSTITUCIONAL	46
3.6 UNIFORMES INSTITUCIONALES	47
3.7 UNIFORMES DEPORTIVOS	49

3.8 ARTÍCULOS PROMOCIONALES	50
3.9 VEHÍCULOS INSTITUCIONALES	52
CAPÍTULO 4. IDENTIDAD INSTITUCIONAL INTERNA	53
4.1 PRESENTACIONES INSTITUCIONALES	54
4.2 COMUNICACIÓN INTERNA	55
4.3 PIEZAS INFORMATIVAS	57
CAPÍTULO 5. OFICINAS, ÁREAS COMUNES Y ESCENARIOS	59
5.1 IDENTIDAD VISUAL OFICINAS Y ÁREAS COMUNES	60
5.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	61
5.3 IDENTIDAD VISUAL EN ESCENARIOS / AUDITORIOS	62
5.4 IDENTIDAD VISUAL CAU	63
CAPÍTULO 6. LINEAMIENTOS EDITORIALES	65
6.1 PUBLICACIONES INSTITUCIONALES	66
6.2 PUBLICACIÓN PARA PRENSA	70
CAPÍTULO 7. COMUNICACIÓN DIGITAL Y SITIO WEB	71
7.1 IDENTIDAD EN EL SITIO WEB UNIVA	72
7.2 IDENTIDAD DIGITAL EN MICROSITIOS WEB	73
7.3 IDENTIDAD DIGITAL PARA USO INTERNO	74
7.4 IDENTIDAD EN REDES SOCIALES	76
CAPÍTULO 8. PROGRAMA SEÑALÉTICO	83
8.1 SEÑALÉTICA INSTITUCIONAL	84
8.2 SEÑALÉTICA RESTRICTIVA	89

1.

FILOSOFÍA
UNIVA

1.1 IDENTIDAD

La Universidad del Valle de Atemajac es una comunidad educativa católica que se guía por el espíritu de la Constitución Apostólica *Ex Corde Ecclesiae* y contribuye, de modo riguroso y crítico, a la tutela y desarrollo de la dignidad humana y de la herencia cultural, mediante la investigación, la enseñanza y los diversos servicios ofrecidos a las comunidades locales, nacionales e internacionales.

Misión

Incidir en la transformación social desde la cosmovisión católica y formar personas íntegras en lo humano, científico, tecnológico y profesional, que sean líderes con espíritu de servicio, comprometidos con el bien común y el desarrollo sustentable.

Visión

Somos un sistema universitario eficiente, sustentable y congruente con su identidad católica, que bajo la perspectiva del compromiso comunitario y con una propuesta educativa orientada a una formación integral y profesional aplicada al ejercicio laboral, favorece la formación de líderes comprometidos con su entorno.

Elementos de la Visión 2020

- Identidad
- Proyecto educativo
- Talento humano
- Institucionalización
- Innovación
- Investigación
- Relaciones con el entorno
- Sustentabilidad financiera
- Infraestructura, equipamiento y tecnología

1.2 VALORES INSTITUCIONALES

La UNIVA, aun cuando está fuertemente comprometida con la misión temporal del ser humano, no olvida su destino eterno como meta definitiva.

Afirma la importancia de los valores espirituales y reconoce que a través de ellos todo lo demás adquiere sentido.

Valores

Perseverancia

Somos constantes en la consecución de nuestros compromisos, mediante la disciplina y el orden; valoramos lo que somos y hacemos; por ello vivimos con equilibrio y moderación.

Justicia

Vivimos en una comunidad que reconoce a cada quien lo que le corresponde mediante la gestión equitativa e imparcial en los ámbitos institucionales, profesionales y sociales.

Respeto

Somos incluyentes, observamos los principios de la dignidad humana, el cuidado de la vida, de la naturaleza, y fomentamos el diálogo y la cultura de la paz.

Honestidad

Actuamos con rectitud, responsabilidad y legalidad en congruencia con la búsqueda de la verdad y el respeto a las reglas de convivencia.

Solidaridad

Compartimos los intereses e ideales de la comunidad con espíritu de servicio y actuamos en la búsqueda del bien común y el desarrollo sustentable.

Lealtad

Somos fieles y estamos comprometidos con los principios y postulados de la Institución; actuamos convencidos de la trascendencia de nuestro proyecto educativo.

Vivimos estos valores en un clima de libertad, responsabilidad, confianza y autogestión.

1.3 HISTORIA DE LA IDENTIDAD VISUAL UNIVA

La ahora Universidad del Valle de Atemajac ha evolucionado a través del tiempo y, con ella, su identidad y los símbolos que la representan.

Desde sus principios como Instituto Pío XII, pasando por su constitución como Instituto Superior Autónomo de Occidente (ISAO) -razón social que aún conserva-, hasta su posterior consolidación como la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), ha sufrido diversas transformaciones en su imagen, pero ha mantenido una línea gráfica basada en la metáfora del río que se bifurca y el lema "Saber más, para ser más", mismos que han estado presentes prácticamente en todas estas etapas evolutivas.

Imagotipo ISAO

El Instituto Superior Autónomo de Occidente, A.C. surge el día 12 de octubre de 1973 como razón social de la institución de estudios superiores, en reemplazo del Instituto de Comunicaciones y Humanidades.

De entonces a la fecha, ISAO, A.C. ha sido la instancia que ha dado cobijo, como persona moral, a la UNIVA. Su logotipo, fusión estilizada de las 4 iniciales que conforman su nombre, es hasta la fecha un elemento visual asociado de manera sustancial con la Universidad. Está presente en documentos de valor jurídico, laboral y fiscal. Por tanto, la reproducción de su logotipo deberá ajustarse estrictamente al que se presenta en la parte inferior de esta página.

Su reproducción impresa o de cualquier otra forma será determinada por el Consejo de Administración de la propia asociación, y su ejecución estará a cargo únicamente de la Rectoría de la UNIVA.



1.4 MASCOTA UNIVA

Ocelote



Felino oriundo de América, fue adoptado como emblema y mascota de la Universidad, ya que dicho animal tiene cualidades que se identifican con actitudes propias de la Institución como la audacia, astucia y valentía.

Podemos establecer dos direcciones en sus cualidades semánticas: ocelote, del náhuatl ocelotl, tigre, *felis pardalis*, familia félidos, mide 1.50 metros de longitud contando la cola y .50 metros de altura, tiene la cabeza gruesa, orejas de pabellón pequeño y patas cortas y robustas, el pelaje es corto y espeso, de color gris leonado en el dorso y patas con estrías y manchas bordeadas de negro y el vientre blanco amarillento. Animal extraordinariamente ágil, trepa con facilidad a los árboles para atrapar monos y aves, es de costumbres nocturnas y, si se le captura joven, puede adaptarse a la vida doméstica. Vive en la parte meridional de Norteamérica y en algunas partes de Sudamérica.¹

El ocelote y el margay, mamíferos carnívoros de la familia de los felinos, tienen entre sus alimentos preferidos el guajolote o pavo y no se atreven a atacar a especies más grandes, pues su propia corpulencia apenas excede a la de un gato doméstico.²

Elemento cultural:

En Mesoamérica, el calendario está íntimamente ligado a la religión, como de hecho lo está casi todo. La religión mesoamericana fue politeísta, con veneración de dioses antropomorfos, asociada al culto de fenómenos naturales como el sol. Pero entre los olmecas no se conocen estatuas de divinidades, ya que ninguno de los monolitos representa propiamente a un dios.³ En el mundo olmeca y en el preclásico, en general, estaba surgiendo el concepto de dioses formales con atributos claramente reconocibles. El culto era, sobre todo, al ocelote.³

La suprema dignidad militar era la de general del ejército... Seguía a esa la de los capitanes, entre los cuales había diferentes órdenes como las de achcauhtin, cuauhtin y ocelo, que es lo mismo que príncipes, águilas y tigres.⁴

...los tigres se distinguían por cierta armadura que llevaban manchada como la de la piel de esas fieras...⁴

1. Enciclopedia Salvat. Tomo 9, página 2463

2. Geografía Universal, 3a. Editores, V-2, No. 5. Noviembre 1976, página 622.

3. Historia de México. Salvat Mexicana de Ediciones, S.A. Tomo 1, páginas 211 y 212.

4. Historia Antigua de México. Francisco Javier Clavigero, Edición 1964, Libro VII, página 223. Editorial Porrúa, S. A.

1.5 FLOR INSTITUCIONAL

Flor Ave del Paraíso

Aunque ha estado presente en una gran cantidad de adornos florales que han ambientado los eventos universitarios, es hasta el 2006 cuando se decide designar el Ave del Paraíso como la flor oficial de la Universidad del Valle de Atemajac.

Su imagen reproduce dos de los colores oficiales del logotipo de la UNIVA (azul y naranja), más el verde que evoca la vida y la esperanza, elementos presentes en nuestro Ideario institucional.

Nombre científico o latino:

Strelitzia Reginae.

Etimología:

El nombre del género está dedicado a Charlotte de Wec-klembourg-Strelitz, esposa de George III de Inglaterra.

Descripción:

Está formada por tres sépalos de color naranja o amarillo muy intenso y por tres brillantes pétalos de color azul.

2.

IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA

2.1 IMAGOTIPO UNIVA

El imagotipo actual de la UNIVA fue diseñado por el arquitecto Ernesto Minakata Arenas, y está constituido en forma de escudo (heráldica) mediante reglas de proporción integradas en latitud y longitud.

Tiene en su interior 3 líneas que forman una "Y" en la que las dos ramas tocan los ángulos superiores del escudo, y la base, el centro inferior.

La intersección entre los brazos y la base de la "Y" se da en el centro del escudo y está enmarcada por un círculo.

Para explicar la "Y" que aparece en el símbolo, hay dos versiones: la primera es la que dice que al establecerse la UNIVA en Guadalajara, y al existir ya universidades que llevaban el nombre de la ciudad, se optó por bautizarla con el nombre de Universidad del Valle de Atemajac, debido a que Guadalajara está asentada en ese valle, siendo el significado de "Atemajac", lugar donde se bifurca el río.

De esta forma, la "Y" que aparece en el símbolo representa el río, que en la parte superior se divide en dos, y el círculo blanco que encierra la unión enfatiza la parte en donde el río comienza su bifurcación.

Los valores que se engloban en el imagotipo son: la Enseñanza, la Vinculación y la Transparencia. Estas dos versiones de alguna manera se complementan, pues hacen alusión a los dos fundamentos más importantes de la Universidad del Valle de Atemajac: su pertenencia a la ciudad de Guadalajara y su identidad católica.

De acuerdo con los archivos del inicio de la Institución, los colores que identificaban a "ISAO" -nombre de la Institución antes de que se constituyera como Universidad- eran azul y oro, coincidiendo con los que identifican a la ciudad de Guadalajara. Posteriormente se tomó la decisión de cambiar el color oro por naranja, debido a las facilidades técnicas de impresión de éste, y a su vez los colores se integraron a la identidad gráfica de la UNIVA.

Versiones del imagotipo

Para realizar los lineamientos de utilización de la marca institucional de la UNIVA, se establecieron dos arreglos al imagotipo.

Formato horizontal

Imagotipo institucional de uso preferente como marca comercial; se ha establecido así debido al decreto como Universidad Católica concedido en el año 2005.



Formato vertical

Este formato puede ser una alternativa para aplicaciones en espacios donde el imagotipo horizontal no funcione.

Formato vertical con lema

Imagotipo institucional oficial para la SEP. Su uso debe tratar de reservarse únicamente para documentos formales. Otro tipo de aplicaciones deberán ser analizadas por la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional.



2.2 ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA

Los elementos gráficos de los imagotipos no se podrán usar por separado ni modificar en su composición.

Nombre oficial

Universidad del Valle de Atemajac. Las siglas UNIVA y el nombre oficial completo pueden ser utilizados para referirse a la Institución.

Imagotipo

Es la composición completa de símbolo y tipografía (isotipo, logotipo y lema).

Símbolo o isotipo

Elemento visual distintivo de la Institución.

Logotipo

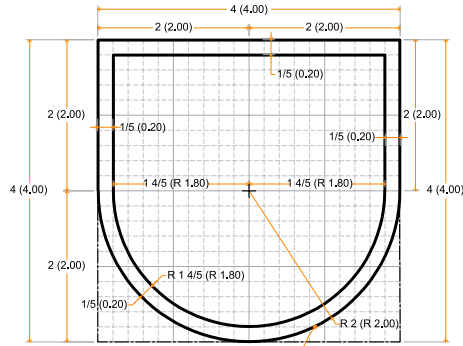
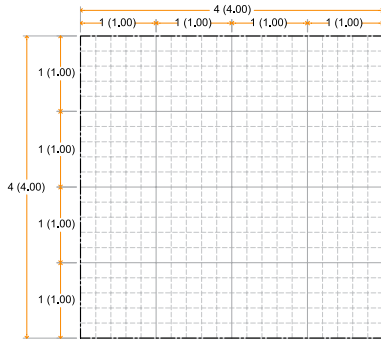
Representación tipográfica del nombre de la Institución.

Lema

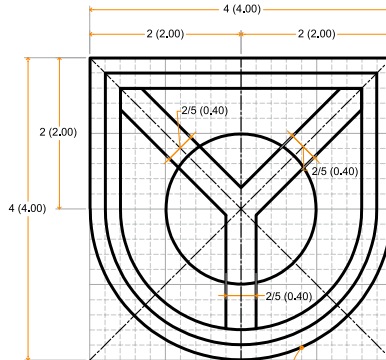
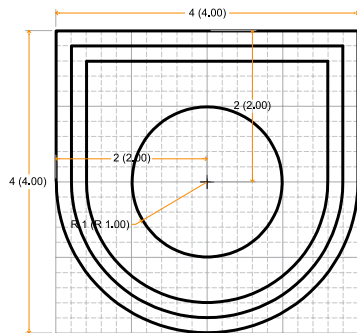
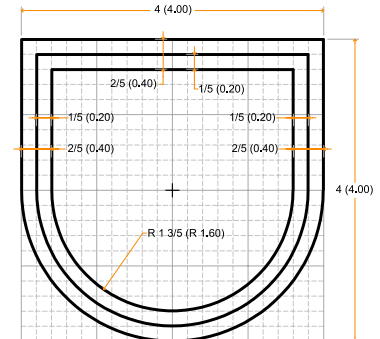
Representaciones tipográficas de la filosofía institucional.



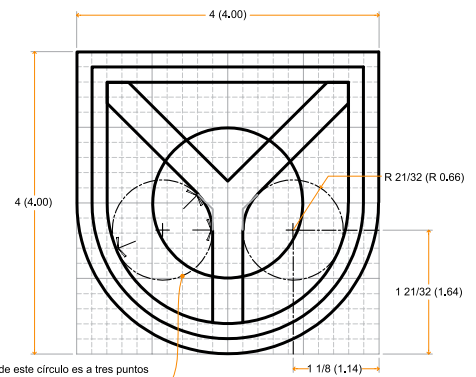
2.3 CONSTRUCCIÓN RETICULAR DEL IMAGOTIPO



NOTA:
El espesor de la línea
se trazará en espesor 000 (0,13 mm)

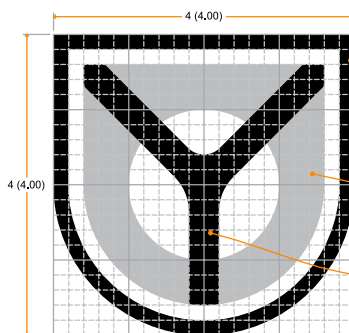
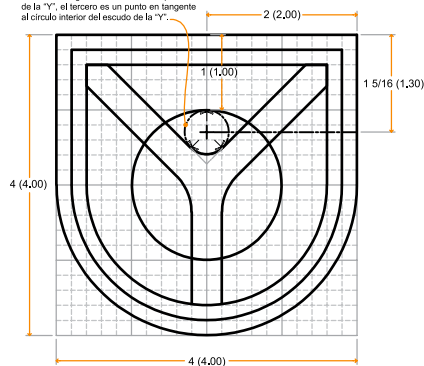


NOTA:
El espesor de la línea
se trazará en espesor 000 (0,13 mm)



El trazo de este círculo es a tres puntos en tangente (flechas), los dos primeros se toman en tangente al brazo y la base de la "Y", el tercero es un punto en tangente a la línea interior del escudo.

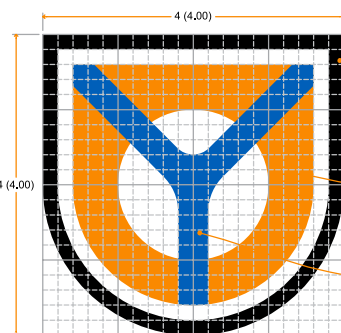
El trazo de este círculo es a tres puntos en tangente (flechas), los dos primeros se toman en tangente a los brazos superiores de la "Y", el tercero es un punto en tangente al círculo interior del escudo de la "Y".



Plasta Negro 100%

Plasta Negro 30%

Plasta Negro 100%



Plasta Negro 100%

Plasta Pantone Naranja 144

Plasta Pantone Azul 300

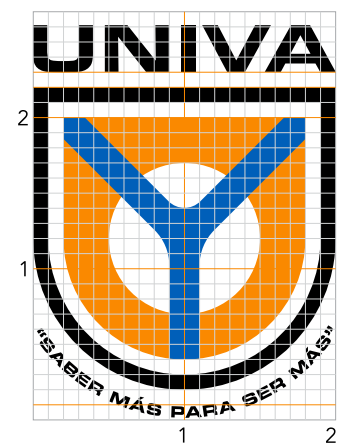
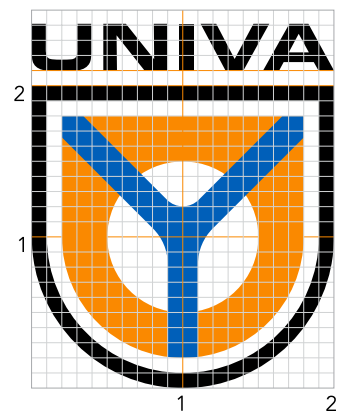
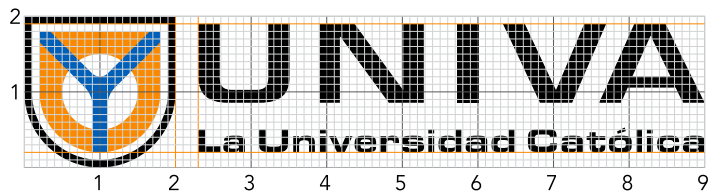
Escala de grises

Colores institucionales

Retículas constructivas

Con el propósito de mantener las proporciones originales de la identidad gráfica, es necesario respetar los espacios, grosores, tamaños y posiciones de todos los elementos que la conforman.

Las retículas constructivas serán utilizadas solo en los casos en que no se pueda obtener una reproducción exacta del logotipo por medios fotomecánicos, de contacto, de escaneo, de aumento o reducción, de fotocopiado, de gran escala, etc.

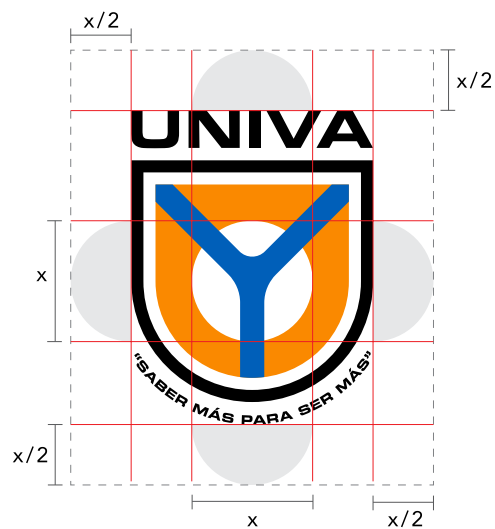
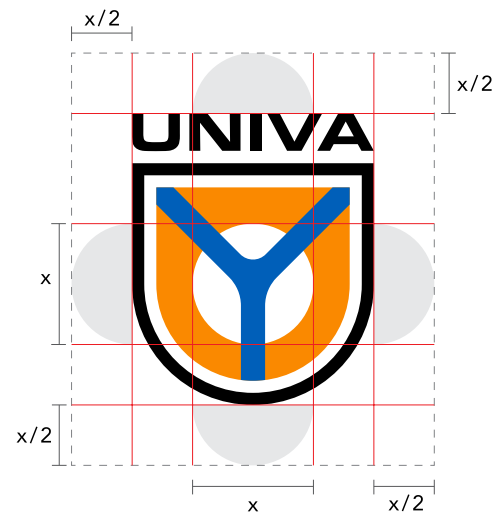


2.4 ÁREAS DE PROTECCIÓN

Con el objetivo de conservar la individualidad y presencia del imagotipo dentro de cualquier aplicación, se ha establecido un espacio dentro del cual no deberá colocarse ningún elemento gráfico o tipográfico.

En el caso de la versión horizontal, el imagotipo debe estar rodeado, en todos sus lados, por un espacio libre equivalente al diámetro del círculo blanco del isotipo.

El área de protección en cada lado de las dos versiones verticales debe ser equivalente a la mitad del círculo blanco que compone el isotipo de estas versiones.



2.5 TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN

Con el fin de tener buena legibilidad y reproducción del imagotipo de la UNIVA, no debe reducirse más de lo indicado a continuación:

Formato horizontal

Se puede reducir hasta un mínimo de 7 mm de alto cuando se utilice en materiales impresos, o de 35 pixeles de alto, cuando se use en formatos digitales.

Se buscará utilizar preferentemente esta versión, tanto en usos impresos como digitales, salvo aquellos casos donde el área no lo permita.



Formato vertical sin lema

Se puede reducir hasta un mínimo de 7 mm de alto cuando se utilice en materiales impresos, o 40 pixeles de alto en formatos digitales.



Formato vertical con lema

La reproducción de esta versión no podrá ser menor a 2 cm de alto y no se debe usar en medios digitales.



Favicon (ícono favorito)

Ícono para uso exclusivo digital, en navegadores, cuando se visite la página de la UNIVA: en la barra de direcciones, en la lista de marcadores (favoritos) y/o en el encabezado de la pestaña correspondiente.



El uso del ícono del imagotipo es la excepción a la regla del espacio libre y se deberá utilizar con los colores originales.

2.6 COLORES INSTITUCIONALES

Para mantener la consistencia de la marca, se presentan a continuación los colores corporativos que deben ser utilizados en cualquier aplicación a color de la identidad gráfica, de acuerdo con los parámetros que se indican en este manual.

Se dividen en: primarios (imágenes y papelería institucional) y secundarios (generalmente usados en folletería, publicidad y diferentes medios de comunicación).

Los colores primarios son corporativos, por lo tanto, no deben tener variación al aplicarlos al logotipo de la UNIVA en sus versiones a color.

Primarios



Pantone 144 C
C0 M48 Y100 K0
R G B



Pantone 300 C
C100 M44 Y0 K0
R G B



Negro 100%
C100 M44 Y0 K0
R G B

Secundarios



Pantone 262 C
C0 M48 Y100 K0
R G B



Pantone 293 C
C100 M44 Y0 K0
R G B



Pantone 295 C
C100 M44 Y0 K0
R G B

Código de Color Institucional UNIVA Pantones y RGB:



300
#005cb9

Institucional



144
#f18903

Institucional



262
#54274f

Egresados, Posgrados
Alumni



293
#013ca6

Institucional secundario
UNADIS



288
#1e376d

Institucional secundario



295
#002857

CEDEFI



326
#00afab

Medicina



2718
#5686da

Biblioteca

Colores institucionales de áreas

Algunas áreas de servicio cuenta con su color institucional, que es una variante de los institucionales, mismos que podrán ser utilizados en tinta plana al 100% o en transparencias en fotografías.

Colores institucionales secundarios como fondo

Pantone 262 C
100%
#54274f



Pantone 293 C
100%
#013ca6



Pantone 295 C
100%
#002857



Versiones a una tinta (negro) y medios tonos

Cuando no sea posible utilizar ninguna de las versiones a color del imagotipo, se podrá usar la versión en blanco y negro, positivo o negativo, según sea el caso.

En estas variantes, el color corporativo naranja se sustituye por negro al 50% de opacidad.



Versiónes a una tinta (colores institucionales) y medios tonos

El uso de imagotipo en sus colores corporativos originales debe ser siempre primera opción; sin embargo, se permite la reproducción del mismo en versiones a una tinta, en casos en donde el tipo de aplicación lo requiera.

Es importante mencionar que los siguientes son solo ejemplos dentro de la gran variedad de tonos que se pueden considerar, sin comprometer la identidad visual de la UNIVA, como se establece en el punto anterior.

Pantone 144 C



Pantone 300 C



Versión a una tinta directa

Esta versión de los imagotipos será utilizada como opción a una sola tinta (sin medios tonos) en aplicaciones como serigrafía, corte láser, fachadas, etc. Siempre se debe recurrir a los archivos originales de estos diseños. Utilizar color negro, azules institucionales primarios y secundarios. No se intentarán modificar ni recrear.



Uso del imagotipo en fondos de color

Para no limitar la aplicación de la identidad gráfica, se presentan las versiones a color del imagotipo sobre diversos fondos.

No se descartan colores diferentes; sin embargo, se exceptúan aquellos que comprometan la legibilidad del imagotipo o que estén relacionados con otras instituciones, entre ellos: rojo, amarillo y verde.

Dependiendo del contraste que se genere entre el imagotipo y los fondos de color, debe considerarse el invertir los colores en ciertos elementos de éste, como se muestra a continuación (la tipografía y los bordes exteriores del símbolo intercambiarán sus colores para mayor legibilidad).

A continuación se presentan ejemplos de la aplicación de los imagotipos en fondos claros, en donde se respetan los colores originales de sus elementos. Se tomaron como muestra los colores corporativos primarios al 15% de matiz, pero no se descartan tonos diferentes.

Pantone 144 C
100%



Pantone 300 C
100%



Negro 100%



Pantone 144 C
15%



Pantone 300 C
15%



Negro 15%



Pantone 262 C



Pantone 295 C

Pantone 871 C
Oro Metálico

2.7 PROHIBICIONES EN EL USO DEL IMAGOTIPO O LOGOTIPO

Prohibiciones de forma

Queda estrictamente prohibido distorcionar el imagotipo o logotipo UNIVA en cualquiera de sus variantes, como el comprimirlo en vertical u horizontal, girarlo en cualquier ángulo, así también queda prohibido espejear a lo vertical u horizontal, ya sea como efecto de reflejo o por composición.



Prohibiciones de composición y color

El imagotipo o logotipo UNIVA en cualquiera de sus variantes, no debe modificarse por ningún motivo, tanto en su composición y elementos que lo integran, así como en cambiar los colores institucionales correspondientes a cada elemento.



Prohibiciones de efecto

Evitar el uso de efectos en el emblema o logotipo UNIVA, como sombras, difuminado, luz interna o externa. En caso de necesitar el uso de la sombra, deberá ser únicamente para acentuar el contraste entre el logotipo-emblema con el fondo, el porcentaje de la misma no deberá ser mayor al 50% de intensidad en color negro.



Prohibiciones de color

Queda prohibido alterar o modificar el uso de los colores corporativos, ya sea en los elementos que integran el imagotipo o logotipo UNIVA en cualquiera de sus variantes, así como el color de fondo que se utilice, no deberá ser un color diferente a los señalados en páginas anteriores.

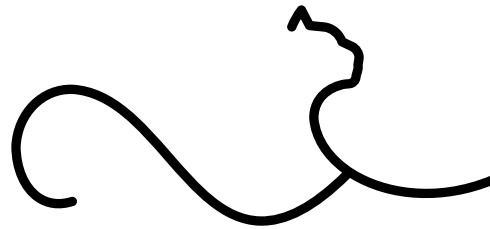
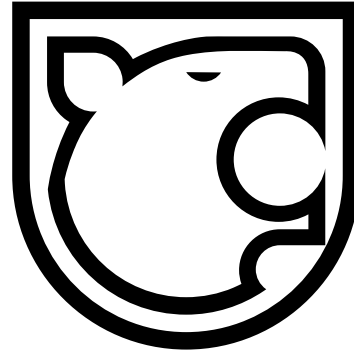


2.8 ISOLOGO MASCOTA

Isotipos de la mascota UNIVA

Como se señaló antes, el ocelote fue incorporado a la Institución como otro elemento de identidad deportiva. En el 2012 se planteó volver a lo básico gracias a la inauguración del Centro de Desarrollo Físico Integral Juan Pablo II: con esto regresó la aplicación del diseño original de la mascota Ocelotes UNIVA; sin embargo, dado a que en el mes de junio del año 2004 se instaló en el ingreso principal de la preparatoria una escultura del arquitecto Francisco Morales, que se incorporó a la imagen de preparatoria, por tal motivo se continuará, por tiempo indefinido, aplicando en las piezas de promoción y souvenirs de la Preparatoria UNIVA.

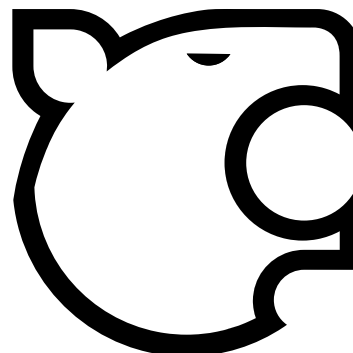
Debido al carácter que denota el logotipo del rostro de "Ocelotes" se autorizó como identidad deportiva institucional, como se ha mencionado antes, a partir del 2012. Las aplicaciones autorizadas son las que se establecen en este documento, y que muestran la escultura orientada hacia cualquiera de sus lados, siempre en silueta, permitiendo un manejo cromático flexible.



OCELOTES

Uso exclusivo Preparatoria UNIVA

OCELOTES



Isotipo deportivo institucional

Mascota institucional en botarga

Con el fin de contar con una mascota representativa exclusiva para eventos deportivos, se realizó la botarga institucional en compleción humana, con elementos que simbolizan la astucia, el liderazgo y la fuerza.

La botarga es asexualuada y elaborada con materiales textiles con impresión que resistan la intemperie y el lavado.



2.6 TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

Tipografía de logotipo

Para el diseño de los imagotipos fueron modificados caracteres de la familia tipográfica Eurostile. Siempre se debe recurrir a los archivos digitales de los diseños originales. No se intentarán modificar ni recrear.

Cuando se requiera escribir en membretes y/o documento oficiales: Universidad del Valle de Atemajac, se utilizará la fuente Eurostile en sus estilos Regular Extended o Black Extended; este será el único uso de estas tipografías.

Eurostile Black Extended

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC
0123456789



Tipografía oficial

Avenir es la familia tipográfica que debe usarse en la papelería corporativa, señalética, documentos, folletos y todo tipo de publicaciones de la Universidad, cuenta con variedad de pesos y estilos.

Todos los colaboradores UNIVA deberán tener instalada en sus equipos de cómputo, esta familia tipográfica para su uso en formatos, papelería, avisos, entre otros documentos. Solicitarla en la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional. Se cuenta con la versión para plataformas PC y *Machintosh*.

Avenir

AaBbCc

Light

AaBbCc

Book

AaBbCc

Roman

AaBbCc

Medium

AaBbCc

Black

AaBbCc

Heavy

AaBbCc

Light Oblique

AaBbCc

Book Oblique

AaBbCc

Oblique

AaBbCc

Medium Oblique

AaBbCc

Black Oblique

AaBbCc

Heavy Oblique

La tipografía Avenir cuenta con una variante llamada Avenir Next, misma que también puede ser utilizada como la familia tipográfica oficial de la UNIVA.

Todos los estilos de la fuente podrán ser utilizados, por ejemplo: utilizar el estilo *Bold* para dar impacto y notoriedad a los encabezados o subencabezados de las publicaciones.

Utilizar el estilo *Roman* o *Normal* para el cuerpo de texto de los contenidos; así como el estilo condensado para compactar espacio en textos menos relevantes.

Avenir Next Ultra Light Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Regular	 Sample
Avenir Next Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Medium	 Sample
Avenir Next Medium Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Demi Bold	 Sample
Avenir Next Demi Bold Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Bold	 Sample
Avenir Next Bold Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Heavy	 Sample
Avenir Next Heavy Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Condensed Ultra Light	 Sample
Avenir Next Condensed Ultra Light Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Condensed Regular	 Sample
Avenir Next Condensed Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Condensed Medium	 Sample
Avenir Next Medium Condensed Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Condensed Demi Bold	 Sample
Avenir Next Condensed Demi Bold Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Condensed Bold	 Sample
Avenir Next Condensed Bold Italic	 <i>Sample</i>
Avenir Next Condensed Heavy	 Sample
Avenir Next Condensed Heavy Italic	 <i>Sample</i>
AvenirNext-UltraLight	 Sample

Tipografía complementaria

En los casos que no se cuente con la familia tipográfica Avenir, se podrá usar la tipografía Segoe UI, o en su defecto la tipografía Arial.

Este tipo de letra no debe ser aplicado en piezas oficiales, corporativas o de comunicación digital interna y externa.

SEGOE UI

Segoe UI
Segoe UI italic

Arial Regular
Arial Italic

Segoe UI Bold
Segoe UI Bold italic

Arial Bold
Arial Bold Italic

3.

PAPELERÍA,
UNIFORMES
Y VEHÍCULOS

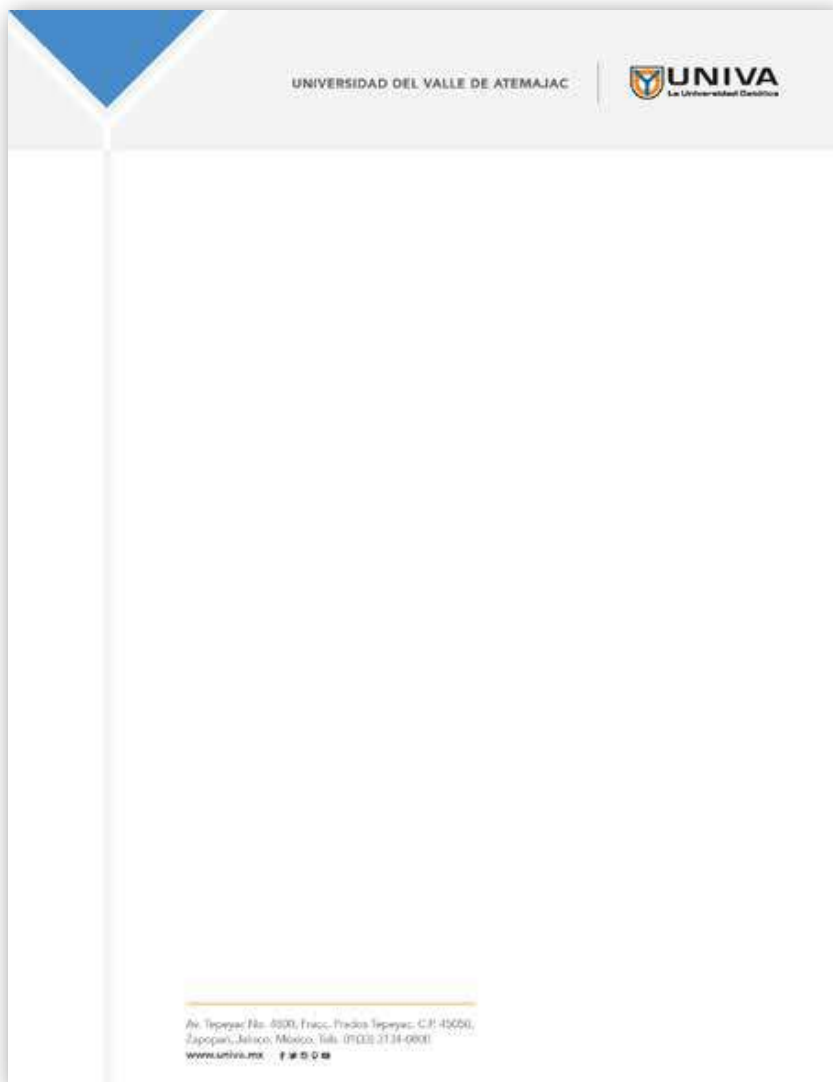
3.1 PAPELERÍA BÁSICA

Hoja membretada

Para la hoja membretada que se requiera en documentos oficiales de uso externo de la Universidad deberá utilizarse la que se muestra a un costado.

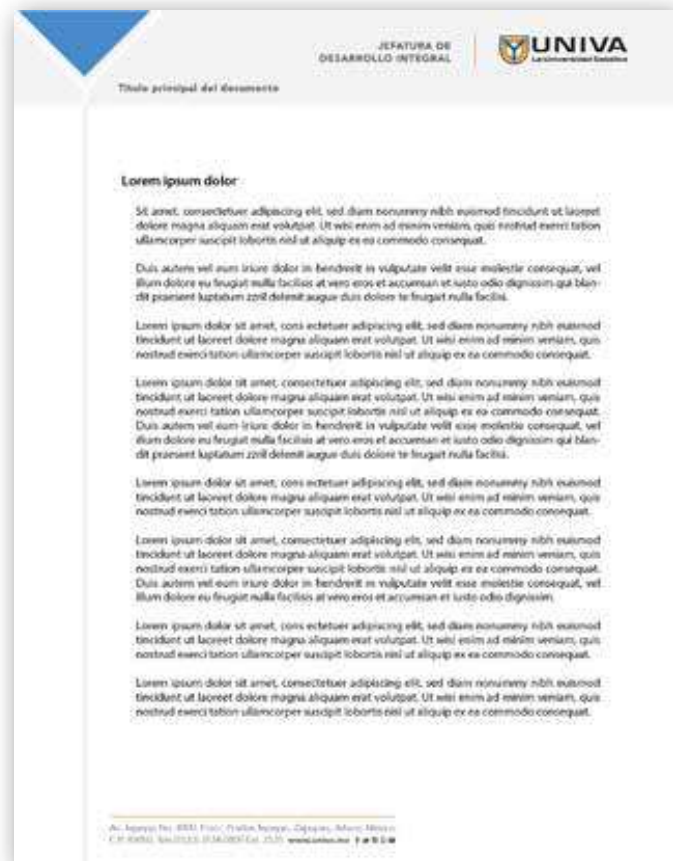
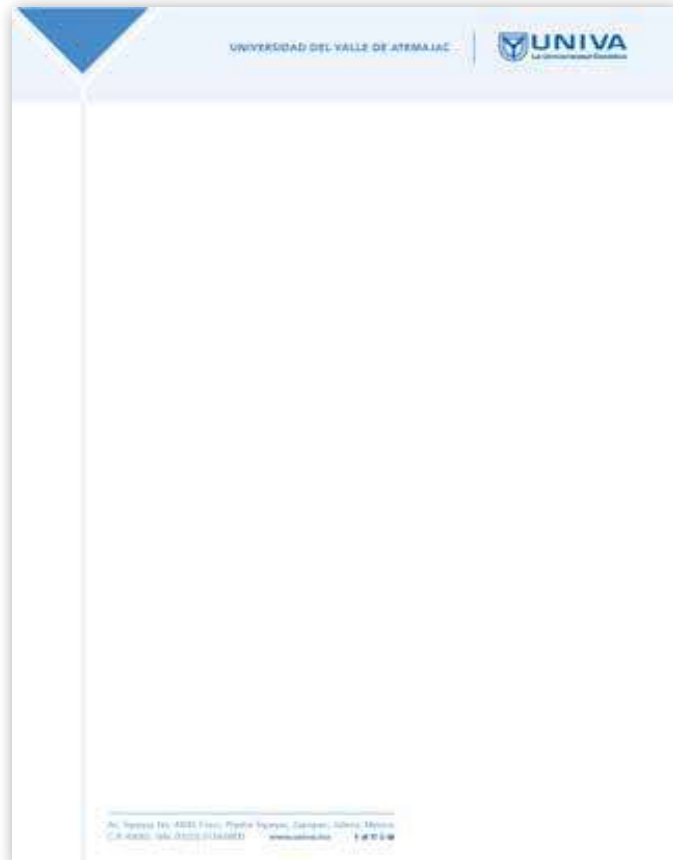
Para uso interno se permite la hoja membretada con el nombre del área o jefatura en la parte superior.

Siempre se debe recurrir a los archivos originales de estos diseños. No se deberán intentar modificar ni recrear.



Hoja membretada

Cuando se requiera el uso de una tinta, ésta deberá ser directa (Pantone 300 C) a medios tonos.



JEFATURA DE TESORERÍA
AYUDAS FINANCIERAS

**UNIVA**
La Universidad Católica

SOLICITUD BECA EXCELENCIA UNIVA | PREPARATORIA

FAVOR DE
PEGAR
FOTOGRAFÍA
RECIENTE

Instrucciones para el llenado de esta solicitud
Se requiere llenarla con claridad:
1. Leer cuidadosamente antes de contestar
2. Utilizar tinta negra
3. Usar letra de molde y mayúsculas solamente
4. No utilizar abreviaturas
5. Evitar enmendaduras y tachaduras
6. Incluir todos los datos y documentos a fin de considerar su solicitud

DATOS DEL SOLICITANTE

Fecha de la solicitud

Nombre completo

MatrículaBachilleratoSemestreTurno

NacionalidadFecha y lugar de nacimiento

Correo electrónico

DOMICILIO

Calle y númeroColonia

Sector o zonaCalles con que cruza

C.P.Ciudad

CelularTeléfono

Av. Tepeyac No. 4800, Fracc. Prados Tepeyac, Zapopan, Jalisco, México.
C.P. 45050, Tels. 01(33) 3134-0800www.univa.mx

Preparatoria - 1 -

Departamento de Ciencias
de la Comunicación, Lenguajes y Multimedia

Sistema UNIVA



UNIVA
la Universidad del Valle

CARNET DE REGISTRO A EVENTOS ACADÉMICOS

LICENCIATURA EN:

MATRICULA:

NOMBRE		PERIODO DE INGRESO			
EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO
FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA
DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO
EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO
FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA
DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO
EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO	EVENTO
FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA	FECHA
DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO	DESCRIPCION DEL EVENTO

Sobre institucional

Sobre en formato carta (doblez en tres partes) impreso al frente a color o una tinta (Pantone 300 C) en papel bond de 90gr. o 135gr.

Uso exclusivo para direcciones, jefaturas o áreas específicas.



Tarjetas de presentación

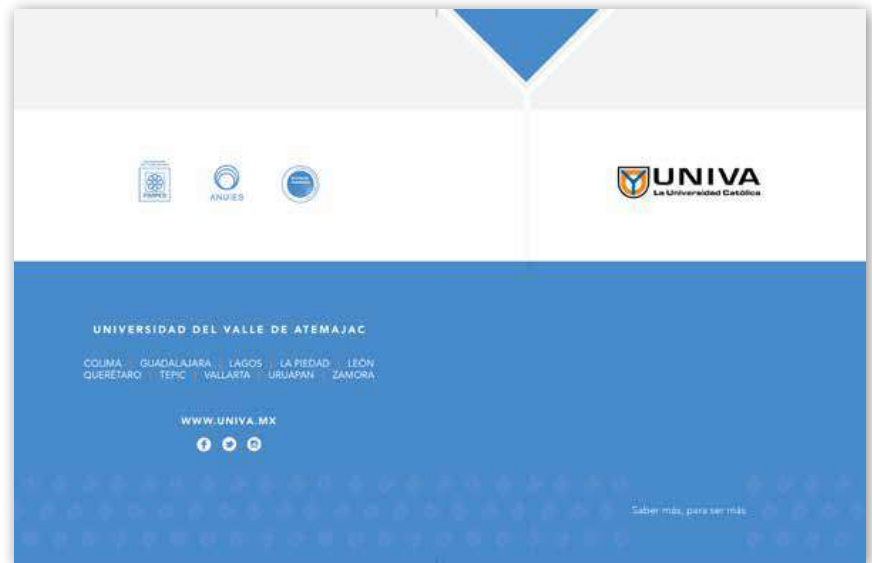
Lineamiento en el contenido y uso de tarjetas de presentación:

1. Al utilizar los cargos correspondientes a Director General y Director se recomiendan en español e inglés, respondiendo a la tendencia de globalización.
2. Los cargos correspondientes a Jefe y Jefa de área se acotarán en español e inglés, siempre que el alcance de las funciones abarque al Sistema UNIVA y se tenga relación con empresas, organismos, instituciones y/o medios internacional.
3. Para cargos referentes a Coordinador de área, aplicará la misma variable anterior, agregando la Jefatura o Departamento correspondiente.
4. En el caso de Encargado o Encargada, no aplica tarjeta de presentación impresa, salvo casos de excepción en los que por sus funciones requiera este recurso, y se deberá enviar la solicitud de las tarjetas, con una justificación firmada por su Jefe de área (se anexará a la orden de impresión).
5. Por ningún motivo se deberá omitir o modificar información elemental, como: logotipo, dirección, C.P., ciudad, estado, país.
6. En ningún caso aplican adicionalmente datos de teléfonos celulares o redes sociales de carácter personal.



Carpeta institucional

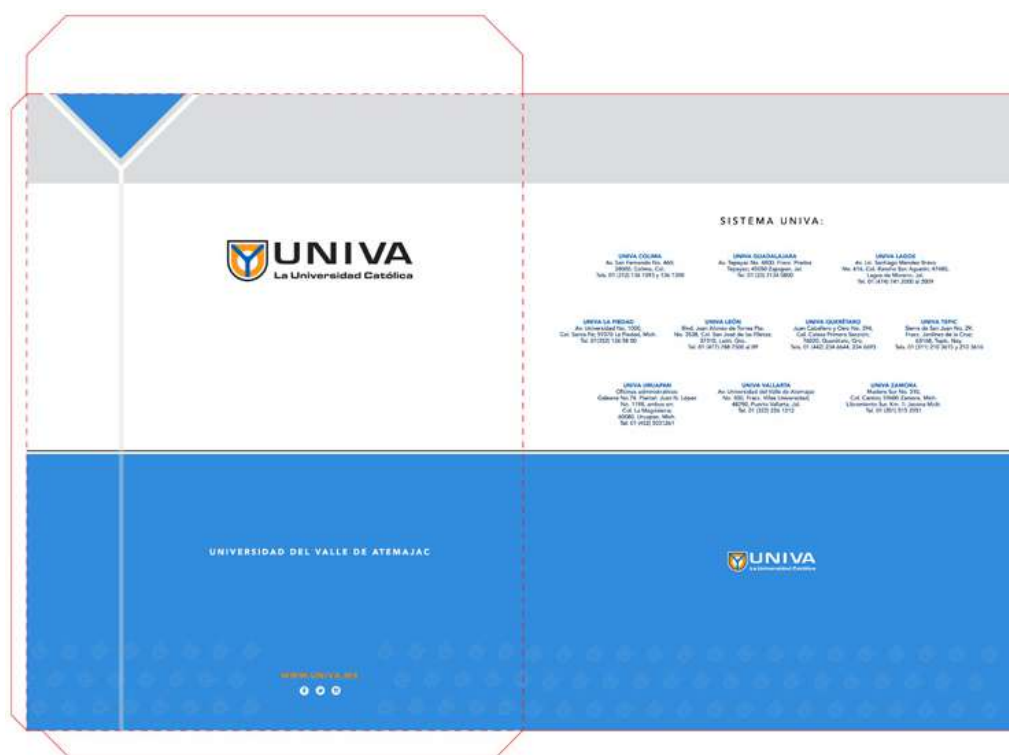
La carpeta institucional con o sin solapas (interior), deberá ser impresa en cartulina sulfatada de 14 ptos. con barniz mate en toda la superficie y barniz brillante a registro en los siguientes elementos gráficos: imagotipo UNIVA, slogan, logotipos de instituciones acreditadoras, patrón emblema UNIVA, información, "Y", isologos de redes sociales.



Sobre bolsa

Impresa en cartulina leyer de 10 ptos. impreso por ambas caras, adhesivo en la pestaña.

El diseño aplica para todas las medidas.



3.2 PERSONIFICADORES Y AVISOS

Firmas digitales

Identificación para uso exclusivo al pie de los correos electrónicos institucionales.



Personificadores

Los ingresos a oficinas deberán contar con personificadores de los administrativos con la información completa, como se muestra en el ejemplo.

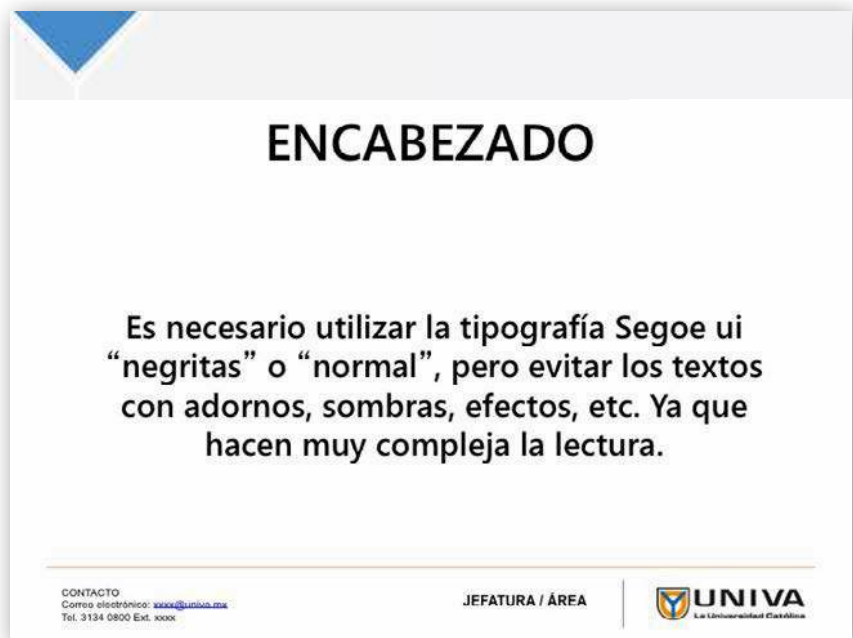


Letreros avisos

Los medios informativos deberán contar con la identidad corporativa muy semejante a las aplicaciones gráficas de la papelería interna. Se cuenta con plantillas base para que las áreas o jefaturas puedan relizar los avisos de una sola pieza para impresos y/o los avisos digitales.

Según el alcance de difusión, se deberá utilizar la plantilla con membrete arriba y abajo (dirección) para usuarios internos y externos a la Universidad.

Para avisos internos se recomienda el uso de plantilla como en el ejemplo de abajo, en donde el membrete se ubica en la parte inferior.



3.3 IDENTIFICADORES CARPETAS ARGOLLA

Los documentos que se requieran archivar deberán ser identificados. En caso de utilizar carpetas rígidas con argolla, deberá colocarse el identificador institucional en el lomo y en la portada de la carpeta.

Solicitar plantilla en PowerPoint a la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional, se cuenta con la versión a color o en blanco y negro.



3.4 CONSTANCIA Y RECONOCIMIENTO

Constancia

Documento emitido por una institución que acredita la participación formativa de los asistentes, preferentemente finalizada con acreditación. Por lo general se emite en actividades como:

- Cursos
- Talleres
- Seminarios

Formato carta horizontal para su impresión o manejo digital. Deberá contener:

- Universidad que otorga (mención e imago tipo)
- El nombre completo del asistente (mayúscula en letras iniciales, verificar ortografía)
- Nombre del curso, taller, simposio
- Número de horas (duración)
- Dirección del lugar en donde se emite

Las constancias para congresos o eventos académicos que cuenten con su propia imagen podrán colocarla al costado izquierdo, como aparece en el ejemplo.

Reconocimiento

Documento emitido por una o varias instituciones u organismos, que reconoce un logro, participación, ponencia, ganadores de concursos, entre otros. Formato carta horizontal para su impresión.



3.5 DIPLOMA INSTITUCIONAL

Diploma

Documento que valida una o varias instituciones u organismos (constituidos legalmente), emitido únicamente para diplomados, que acredita a alumnos, ya sea con fines de capacitación, actualización, especialización o titulación. Formato 36 x 27 cm (horizontal) para su impresión con porta diploma, preferentemente. Formato carta (horizontal) sin portadiploma.



Porta Diploma

Soporte que protege el diploma de 36 x 27 cm (horizontal) a manera de carpeta, impreso a una tinta (Pantone 300c) sobre cartulina gruesa, con suaje.



3.6 UNIFORMES INSTITUCIONALES

El uso de uniforme corporativo para el personal administrativo de la UNIVA, brinda una identidad sólida y unificada entre las diferentes áreas que la conforman.

Este deberá utilizar colores (gamas) corporativos, y tener bordado el logotipo UNIVA, arriba y a la izquierda (de la persona quien lo porta) ya sea a colores institucionales o a un color.



Batas de Salud Ocupacional

Las batas médicas o de laboratorios académicos que lo requieran deberán ser bordadas al costado derecho con el emblema UNIVA; el nombre completo del médico se ha de colocar en una línea al costado izquierdo (arriba de la bolsa).



**SALUD
OCUPACIONAL**



3.7 UNIFORMES DEPORTIVOS

El uniforme deportivo institucional deportivo, aplica para cualquier deporte con las variantes y lineamientos que cada disciplina deportiva requiere.

Se deberá contar con los colores y tipografías institucionales, deberá contar con formas sencillas, tamaño de elementos funcionales a la lectura a distancias pronunciadas y utilizar texturas visuales que representen la piel de un ocelote a medio tono (negro o azul).



3.8 ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Los artículos que se encuentran en este apartado ejemplifican la aplicación de las versiones horizontal y vertical del imagotipo o logotipo de la UNIVA en diferentes arreglos de color, teniendo en cuenta siempre los parámetros antes mencionados.

Se recomienda el uso de un color en tinta plana, para plasmar el logotipo o emblema UNIVA cuando se imprima en serigrafía o grabado (*hot stamping*).

En caso de utilizar bordado o vinil textil, asegurarse que los colores sean los institucionales.



Para los artículos promocionales, preferentemente se debe recurrir al imagotipo horizontal para cualquier aplicación; sin embargo, se podrá también considerar la versión vertical sin lema en materiales en donde el espacio lo permita.

Se deberá utilizar una tinta (negro, blanco o azul institucional) o grabado láser sobre el material.



3.9 VEHÍCULOS INSTITUCIONALES

En vehículos de la Institución se debe procurar que las molduras, manijas u otros elementos no interfieran con el imagotipo, buscando siempre sus espacios libres.



4.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL INTERNA

4.1 PRESENTACIONES INSTITUCIONALES

Plantilla para presentaciones institucionales

Las presentaciones institucionales serán utilizadas por diversas áreas, servicios y direcciones a nivel Sistema UNIVA, con el objetivo de homologar la identidad gráfica.

Se cuentan en formato PowerPoint (Microsoft), algunas diapositivas tienen contenido institucional sobre la filosofía institucional, la línea de tiempo, indicación de los 10 planteles, acreditaciones, entre otra información general. Así también se cuenta con diapositivas con texto e imágenes simuladas para su uso particular.



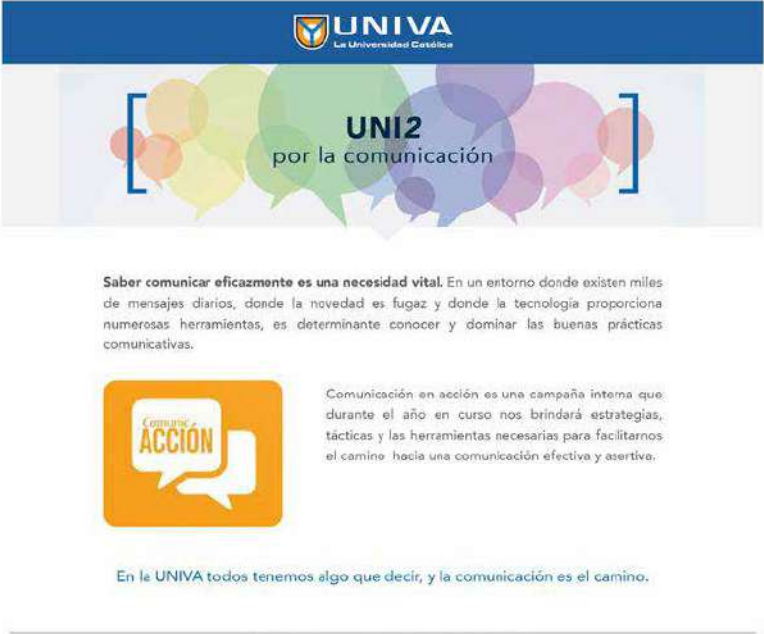
4.2 COMUNICACIÓN INTERNA

Comunicados electrónicos internos

A través del envío masivo de correos electrónicos institucionales, la Universidad realiza esfuerzos conjuntos para comunicar a la comunidad universitaria sobre el acontecer académico, administrativo y/o de vinculación e investigación del Sistema UNIVA.

Se cuenta con los siguientes boletines de comunicación interna:

- Boletín UNI2
- UNI2 por la Salud
- UNI2 por la Seguridad
- UNI2 por el Deporte
- UNI2 por el Talento Humano
- UNI2 por la Comunicación



UNIVA
La Universidad Católica

UNI2
por la comunicación

Saber comunicar eficazmente es una necesidad vital. En un entorno donde existen miles de mensajes diarios, donde la novedad es fugaz y donde la tecnología proporciona numerosas herramientas, es determinante conocer y dominar las buenas prácticas comunicativas.

Comunicación en acción

Comunicación en acción es una campaña interna que durante el año en curso nos brindará estrategias, tácticas y las herramientas necesarias para facilitarnos el camino hacia una comunicación efectiva y asertiva.

En la UNIVA todos tenemos algo que decir, y la comunicación es el camino.

Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional
Av. Tepeyac No. 4800, Fracc. Prados Tepeyac; C.P. 45050 Zapopan, Jalisco. Tel. 01 (33) 31 34 08 00 www.univa.mx



UNIVA
La Universidad Católica

UNI2
por la salud

La salud es el tesoro más preciado de todo ser humano.

Estimada comunidad universitaria:

La UNIVA les ofrece gratuitamente la detección oportuna de colesterol, triglicéridos y glucosa, este **viernes 8 de abril**.

¿Qué se requiere?

Concertar cita con Alma Ávalos
Extensión 1797, de 8:30 a 15:00 o de 16:00 a 17:00 hrs.

Ser mayor de 35 años

Presentarse en ayunas
Cámerino de mujeres del SUM, de 07:30 a 10:30 horas

Les invitamos a cuidar su salud

Área responsable de la información: Talento Humano.

Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional
Av. Tepeyac No. 4800, Fracc. Prados Tepeyac; C.P. 45050 Zapopan, Jalisco. Tel. 01 (33) 31 34 08 00 www.univa.mx

Boletín UNI2

Órgano informativo y de divulgación del Sistema UNIVA y representativo de las áreas del saber UNIVA, con periodicidad diaria, dirigido a los colaboradores del Sistema UNIVA.

Debe contener:

- Primera sección con la noticia relevante del día, con los siguientes criterios:
 - Prioridad a actividades relacionadas con Rectoría, convenios, graduaciones.
 - Máximo de 5 párrafos siguiendo las reglas de redacción de las noticias.
 - Acompañada de 1 a 3 fotografías ilustrativas.
 - Sin errores ortográficos.
 - Las notas deben enviarse al encargado antes de que transcurran dos semanas de lo acontecido.
- La segunda sección contiene una frase célebre.
- La tercera sección contiene los cumpleaños de los colaboradores.
- La cuarta sección contiene información relacionada a las fechas de las misas correspondientes a las áreas.
- Link para informarse sobre más noticias del Sistema UNIVA.



Boletín UNI2

Órgano informativo y de divulgación de la ciencia,
la tecnología y el arte, representativos de las áreas del saber UNIVA

Octavo Maratón de Comercio Internacional de la UNIVA Zamora



La UNIVA Zamora fue escenario del 8º Maratón de Comercio Internacional como cada año, los responsables de este ya tradicional evento fueron los alumnos de 9º Cuatrimestre de Comercio y Negocios Internacionales, con el apoyo de los maestros Roberto Hernández Medra y José de Jesús Salagún Partida, además de algunos alumnos de 9º Cuatrimestre de Mercadotecnia Integral.

El evento dio inicio con la ceremonia inaugural a cargo del Director del Plantel Zamora, maestro Jaime Reyes Jiménez, y luego la primera etapa del concurso, en donde quedaron eliminados los primeros 11 de 16 equipos participantes, cada uno integrado por tres alumnos de las licenciaturas del departamento de Comercio y Negocios Internacionales, Mercadotecnia, Administración de Empresas y Contaduría Pública.

El primer lugar lo obtuvieron los alumnos de 9º Cuatrimestre de Comercio y Negocios Internacionales y Contaduría, Gloria Iván Ramírez Garibay, Basilio Guzmán Maciel y Gustavo Alberto González García, quienes fueron premiados con \$3,000.00, un trofeo y un reconocimiento; el segundo lugar lo obtuvieron alumnos de 9º Cuatrimestre de Comercio y Negocios Internacionales Estefanía González Aguilar, Ulises More Mora y Mariana Gerbay Barriga, premiadas con \$2,000.00, un trofeo y un reconocimiento, y el tercer lugar lo obtuvieron alumnos de 9º Cuatrimestre de Comercio Internacional y Mercadotecnia. Se trata de Omar Martínez Chávez, Luis Osvaldo Altamirano Espinoza y Ulises Mancos Córdova, quienes se llevaron \$1,000.00, un trofeo y un reconocimiento por parte de la UNIVA.



Explican a estudiantes de Puerto Vallarta el manejo de materiales

Estudiantes de las licenciaturas de Ingeniería Arquitecto y Diseño de Interiores de la UNIVA, Puerto Vallarta recibieron la explicación del expositor Vicente Valdez en relación con el manejo de materiales utilizados en albercas, fundamentalmente en la colocación de mosaicos, su consistencia y conformación para obtener el máximo del rendimiento. Cabe destacar que los insumos fueron proporcionados por la empresa NIASA.



En Guadalajara, estudiantes y profesores realizan preparativos para reforestación

El pasado domingo se realizaron preparativos para la plantación de árboles sobre el canal Santa Catalina (adjunto a la UNIVA Guadalajara). Se trata de labores de limpieza y colocación de estacas en las distancias debidas; participaron alumnos y maestros de las materias de Humanidades y de Arquitectura, como parte de las actividades correspondientes a las Jornadas de Pensamiento Crítico en Comunidad, impulsadas por el CEDEC.

RECOMENDACIÓN

En esta temporada de lluvias, chequea las llantas de tu auto; si presentan un desgaste mayor al 50%, cámbialas para que tengan una buena adherencia en lluvia.

CUMPLEAÑOS

Plantel	Colaborador	Puesto
Colima	José David Salazar Barragán	Docente Licenciaturas
Guadalajara	Mario Eugenia Guzmán Yeo	Docente Licenciaturas
Guadalajara	Pier Elizabeth Segura Barrera	Docente Bachillerato
La Piedad	Yolanda Carolina Ruiz López	Coordinadora Académica
Lagos	Olivia García Baca	Docente Licenciaturas
Valencia	Alejandra Mondragón Ballesteros	Docente Licenciaturas
Zamora	Jorge Nél Villegas Talavera	Docente Licenciaturas

MISA

Hoy, 27 de julio, la misa se ofrece por:
Jefatura de Mercadotecnia

Ponte al día

<http://www.univa.mx/ed/colaboradores/informante>

Jefatura de Integración y Comunicación Institucional

Av. Tepic-Parí, 8200, Tercer Frasco Tepic, Jalisco, C.P. 45350 Tepic, Jalisco, Tel. 01 (33) 31 34 66 00 univafm@univa.mx

4.3 PIEZAS INFORMATIVAS

Piezas informativas académicas

La información académica dirigida principalmente a profesores, alumnos y padres de familia, deberá ser generada en la jefatura de Imagen y Comunicación Institucional; en caso de uso recurrente de la pieza gráfica se creará una plantilla editable (ppt) para uso del solicitante. En caso de que el plantel, jefatura o área cuente con apoyo de algún diseñador, la propuesta generada deberá ser enviada a la coordinación de Imagen Corporativa para su validación y/o ajustes.

Estas piezas contienen los siguientes elementos mínimos de comunicación:

- Encabezado, texto breve, sugerido y atractivo al lector
- Información descriptiva, propósito y/o requisitos
- Imagen representativa
- Fecha
- Hora
- Lugar
- *Link* (ampliar información)
- Datos de contacto para mayor información
- Área que informa / plantel
- Isologo UNIVA en la parte inferior

También es posible que se incluya requisitos, duración, logotipos de otras instancias, costos, *link* de registro, sitio web y redes sociales.



Curso para Examen General de Conocimientos en Psicología

Inicio 29 febrero | **Sábados: 08:00 a 13:00 hrs.**

Duración: 100 hrs.

UNIVA, Av. Tepeyac 4800, Fracc. Prados Tepeyac.

Costo del curso: \$16,175 (5 pagos de \$3,325)

Datos para pagos:
Caja UNIVA al concepto 807 o en Banamex: sucursal 4576 cuenta 12, No. de referencia 1000080777
Enviar comprobante de pago: efra.molina@univa.mx

Cupo mínimo: 10 personas
www.univa.mx
@SistemaUNIVA
f/UnivaGuadalajara

Requisitos:

- Carta de asignación del servicio social
- Promedio general de 8
- Cubrir la primera mensualidad

Más información:
Tel. 3134 0800, Ext. 1204
Correo electrónico: info.admco@univa.mx

JEFATURA DE CIENCIAS DE LA SALUD | **UNIVA La Universidad Católica**



¿Te gustaría emprender un negocio en un ambiente digital?

Maestría en Medios Creativos Digitales

Maestros con experiencia profesional en el ámbito

Inicio 12 Mayo

Más información:
Ana Ruth Jaime
Tel. 3134 0800, Ext. 1976
anaruth.jaime@univa.mx

www.univa.mx
@SistemaUNIVA
f/UnivaGuadalajara

DIRECCIÓN DE POSGRADOS
Coordinación de Doctorados

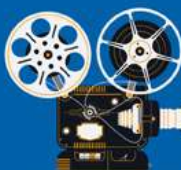
UNIVA La Universidad Católica

Piezas informativas por jefaturas o áreas de servicio

Las piezas informativas para la comunicación de jefaturas o diversas áreas de servicio, deberán contar con la identidad institucional de la UNIVA, así como con una línea visual que represente el área y/o actividad a comunicar.

Es necesario que se considere el formato respecto a su difusión, ya sea impreso o digital, la relación con el alcance deseado, impacto, tipo de usuario y presupuesto.

Para la creación de estas aplicaciones se deberán solicitar el diseño a la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional; en caso de necesitar una pieza gráfica de uso recurrente se realizará una plantilla prediseñada.



BIBLIOTECA
Mun. Santiago Martínez Brenes

UNA VERDAD INCÓMODA

CINEFORO

Director:
David Guggenheim

Comentarista:
Julia Patricia Samperio Casco

Mayor información
Tel. 3134 0800, Ext. 2408



MARTES
18
FEBRERO

11:00 hrs.
Biblioteca. SEBI

Sinopsis:
Documental sobre los efectos de vastadores del cambio climático. El ex-vicepresidente norteamericano Al Gore muestra un contundente y preocupante retrato de la situación del planeta, amenazado por el calentamiento global provocado por las ingentes emisiones de CO₂ por parte de la acción del hombre.

UNI
La Universidad Católica

Convocatoria
ALUMNI y
Estudiantes

REINO UNIDO

**Go Global,
Be Global**



30
marzo

Fecha límite de postulación

CONVOCATORIA DE BECAS
SANTANDER BRITISH COUNCIL
SUMMER EXPERIENCE 2020

Banco Santander, en colaboración con el British Council Gobierno del Reino Unido, ha lanzado una convocatoria que o gará becas para una inmersión cultural y tomar cursos de in con el British Council, Reino Unido.

Los participantes deberán:
Estar cursando licenciatura o ser recién graduados (no más de años desde su graduación)

Serán seleccionados por:

- Su perfil
- Motivación
- Expediente académico

Posteriormente deberán:
Realizar una carta de motivación y enviar los documentos requeridos.

Consulta las bases generales de la convocatoria:
www.becas-santander.com/es/program/summer-britishcouncil

Para postularse:
Es necesario dar lectura a las especificaciones, requisito documentación necesaria de la convocatoria, así como tener la fecha límite de postulación.

Duración de la beca:
3 semanas de viaje y 3 semanas de curso online.

Cubre:

- Manutención
- Alojamiento
- Matrícula
- Transportes
- Cursos

Los costos de visado y seguro médico para viajar a Reino Unido, corren por cuenta del beneficiario.

Acude a la Oficina Internacional de tu campus UNIVA.
En Guadalajara: Edificio 5, planta baja
Lic. Daniel Hurtado Yépez
Coordinador de Movilidad Académica del Sistema UNIVA

Tel. 33 3134 0800, Ext. 1965
Correo electrónico: global@univa.mx
f @ UNIVAGlobal
www.univa.mx/internacionalizacion

JEFATURA DE
INTERNACIONALIZACIÓN

UNIVA
La Universidad Católica

5.

OFICINAS,
ÁREAS COMUNES
Y ESCENARIOS

5.1 IDENTIDAD VISUAL OFICINAS Y ÁREAS COMUNES

Fachada ingreso al plantel UNIVA

Fachada ingreso vehicular y/o peatonal con isologo UNIVA, de gran formato, corte láser en acero inoxidable o aluminio, muro color azul / código Comex Chicago R4-10.



Ingresos UNIVA / Recepción

En los ingresos, *lobbys* o salas de espera, utilizar el isologo UNIVA en corte láser en acero inoxidable o aluminio, muro color morado / código Comex índigo A1-09.



5.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

Filosofía UNIVA y/o línea de tiempo UNIVA-plantel

Los elementos de la filosofía institucional, como la Misión, Visión y Valores, así como la línea de tiempo, es clave para que los diferentes públicos internos y externos conozcan la historia, esencia y el proyecto educativo UNIVA. Deberán ser colocadas en los espacios de alto tráfico, así como en salas de espera, áreas de uso común, salas de reunión, entre otras. Dicha información podrá ser acompañada por algunas de las imágenes representativas de la UNIVA, como la flor Ave de Paraíso, elementos de identidad católica y/o fachadas de edificios, auditorios, capillas, entre otros.

Para una presencia adecuada y durabilidad utilizar estos materiales:

1. Tela sarga con bastidor de aluminio o trovicol con marco delgado imitación aluminio. Diseño institucional con fotografías de alumnos del plantel.
2. Propuesta en recorte de vinil sobre el muro (termoadherible).

Oficinas y/o cubículos

Todas las oficinas y cubículos deberán utilizar pocos elementos decorativos, discretos y ejecutivos; evitar los de carácter personal. Consumir alimentos en los espacios asignados, los lugares de trabajo deberán proyectar orden y limpieza durante su jornada laboral.

No utilizar el isologo o emblema UNIVA en tapetes, utensilios u otros objetos en donde se desgaste o ensucie.



5.3 IDENTIDAD VISUAL EN ESCENARIOS / AUDITORIOS

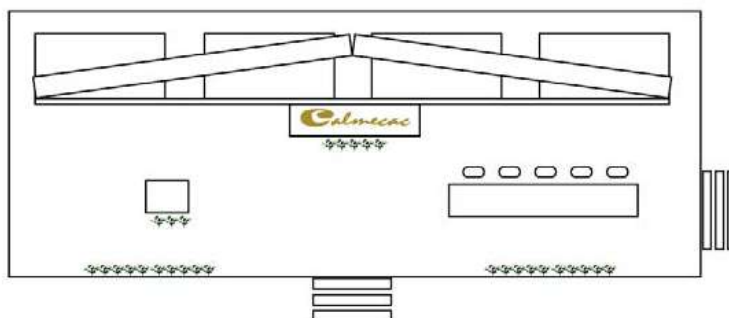
Back o imagen de fondo

El *back* o imagen de fondo es muy importante ya que identifica al evento a realizar, pero sobre todo brinda identidad a la Institución, es por ello que deberá contar con los elementos mínimos en el protocolo:

- Isologo UNIVA al centro y/o a los costados
- Mesa de presidium con mantel azul oscuro impreso al centro el logotipo UNIVA
- Pódium con Isologo y/o escudo UNIVA
- Bandera con pedestal de la UNIVA, del Estado y de México
- Personificadores sobre la mesa presidium de los participantes

Otros elementos opcionales:

- Pantalla *Led* de gran formato
- Tela en bastidor con imagen del evento o pendones colgantes
- Arreglo floral
- Iluminación de ambientación



5.4 IDENTIDAD VISUAL CAU

Fachada Centro de Admisión UNIVA

Fachada con nomenclatura "CAU Centro de Admisión UNIVA" en tipografía Avenir, corte láser en acero inoxidable o aluminio. Muro color morado fachada / código Comex Índigo A1-09.

CAU
Centro de Admisión UNIVA



Isologo UNIVA

Colocar el isologo UNIVA en la sala de espera o "muro principal" en corte láser en acero inoxidable o aluminio, se recomienda muro color azul / código Comex Chicago R4-10.

UNIVA
La Universidad Católica

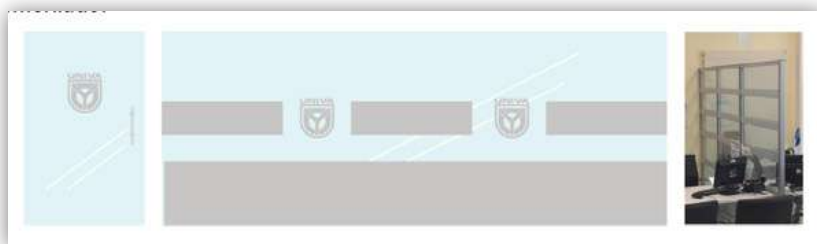
Filosofía UNIVA (Misión, Visión y Valores) y/o línea de tiempo UNIVA-plantel

1. Tela sarga con bastidor de aluminio o trovicel con marco delgado imitación aluminio. Diseño institucional con fotografías de alumnos del plantel.
2. Propuesta en recorte de vinil sobre el muro (instalación con calor).



Mobiliario

- Sala de espera con sillones negros y mesa de centro baja con estructura metálica o negra; se recomienda cristal templado o formaica blanca. Colocar en ellas revistas en donde la UNIVA tenga presencia con artículos y/o publicidad.
- Colocar pantalla inteligente con conectividad a la red de pantallas VeoTV-UNIVA. Se recomienda colocarla en el muro con un soporte de tipo brazo retráctil.
- Puertas y/o divisiones entre oficinas y/o cubículos en cristal templado con franjas de vinil esmerilado intercalando emblema UNIVA. Otra alternativa es solo el cristal esmerilado.
- Estantería vertical para folletería interna / programas UNIVA.



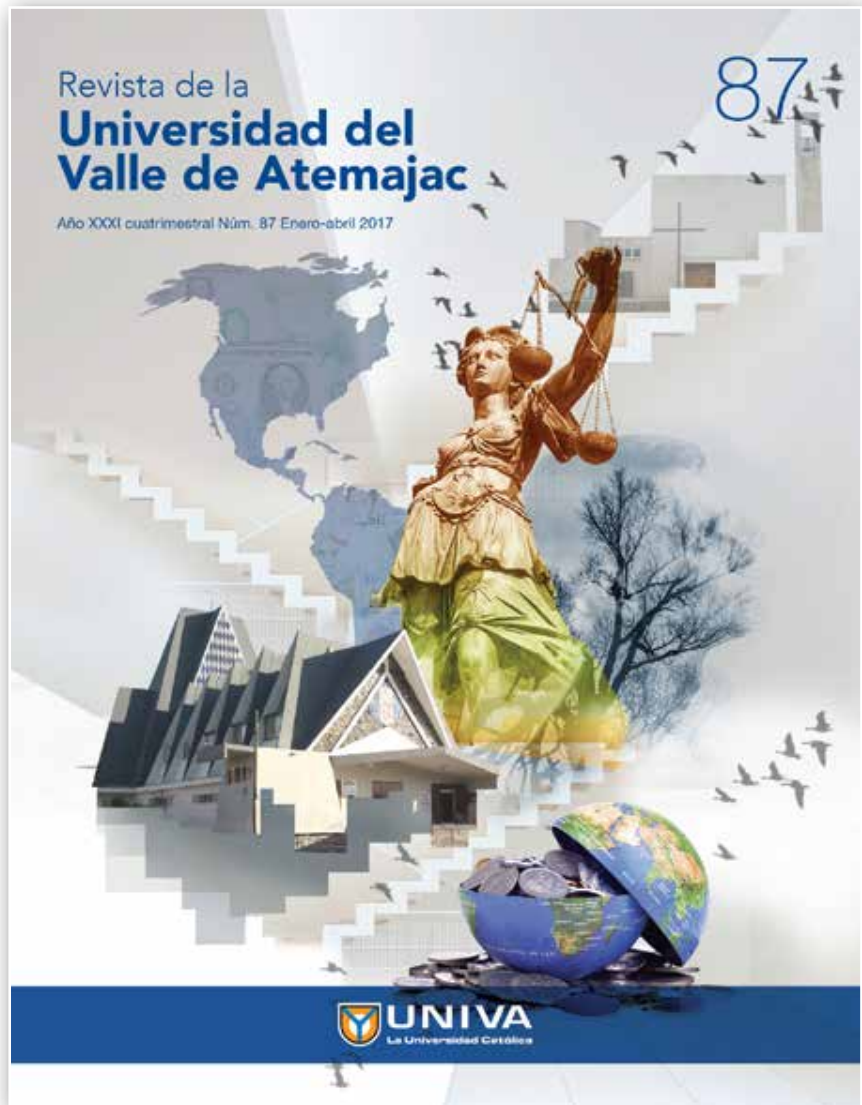
6.

LINEAMIENTOS EDITORIALES

6.1 PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

Revista de la Universidad del Valle del Atemajac

Las publicaciones institucionales de carácter periódico deberán ser realizadas en la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional para brindar un adecuado tratamiento comunicacional y visual en su desarrollo. Tanto para publicaciones impresas como para digitales se deberá contar con un comité editorial que proporcione y valide el contenido; la Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional deberá desarrollar la propuesta gráfica y difusión de las piezas a través de los canales adecuados.



Boletines electrónicos institucionales

Los boletines electrónicos con periodicidad son medios de comunicación indispensables para la divulgación de la información de aquellos eventos o actividades que proyectan el acontecer universitario.

UNIVA Empresarial

Boletín electrónico en PDF con interactividad y periodicidad mensual, que se dirige al grupo de empresarios que cuenta con algún tipo de vinculación y/o alianza estratégica con la UNIVA.



Estudiantes de los planteles Guadalajara y Puerto Vallarta del Sistema UNIVA participaron en el Maratón Regional de Conocimientos en las áreas de Administración y Auditoría de la ANEPA, el cual tuvo como sede al plantel Guadalajara de esta Casa de Estudios, uno de cuyos equipos resultó ganador del primer lugar en la categoría de Auditoría.

Participaron 25 equipos de 15 universidades de estados del occidente del país como Guayaquil, Michoacán, Jalisco, Colima y Nayarit.

El equipo triunfador estuvo conformado por estudiantes de Contaduría Pública y obtuvo el primer lugar en el área de Auditoría, superando a la Universidad Autónoma de Nayarit (2do. Lugar), y a la Universidad de León (3er. Lugar).

Participaron instituciones como la Universidad Panamericana de Guadalajara; el Centro Universitario UTEG; el Instituto Tecnológico del Valle de Morelia; la Universidad Politécnica de Guanajuato y el Instituto Tecnológico de Colima.

La UNIVA forma parte del Clúster Automotriz de Jalisco

Estudiantes del plantel Guadalajara ganan primer lugar en maratón de ANFECA

01 de junio de 2017



Estudiantes de los planteles Guadalajara y Puerto Vallarta del Sistema UNIVA participaron en el Maratón Regional de Conocimientos en las áreas de Administración y Auditoría de la ANFECA, el cual tuvo como sede al plantel Guadalajara de esta Casa de Estudios, uno de cuyos equipos resultó ganador del primer lugar en la categoría de Auditoría.

Participaron 25 equipos de 15 universidades de estados del occidente del país como Guanajuato, Michoacán, Jalisco, Colima y Nayarit.

El equipo triunfador estuvo conformado por estudiantes de Contaduría Pública y obtuvo el primer lugar en el área de Auditoría, superando a la Universidad Autónoma de Nayarit (2do. Lugar), y a la Universidad de León (3er. Lugar).

Participaron instituciones como la Universidad Panamericana de Guadalajara; el Centro Universitario UTEG; el Instituto Tecnológico del Valle de Morelia; la Universidad Politécnica de Guanajuato y el Instituto Tecnológico de Colima, entre otras. ■

Noticias de redes sociales

AlmivaGuadalajara



13 de junio

Storytelling, el arte de contar historias. El Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez, Rector del Sistema UNIVA, inauguró este Congreso, acompañado por la Directora del plantel Guadalajara, Mtra. Beatriz Echeveste, y la Jefa del Departamento de Comunicación, Lenguajes y Multimedia, Mtra. Verónica Victorica.

@Sistema INIVA



Celebración eucarística por los 36 años de ordenación sacerdotal y 62 de vida de nuestro Rector, Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez.

AlmaGuadalupe



09 de junio

Estudiantes de la UNIVA participan en el Curso de Verano sobre Negocios en China, que tiene lugar en la ciudad de Shanghai.

#VeranoGlobal

@Sistemat INIVA

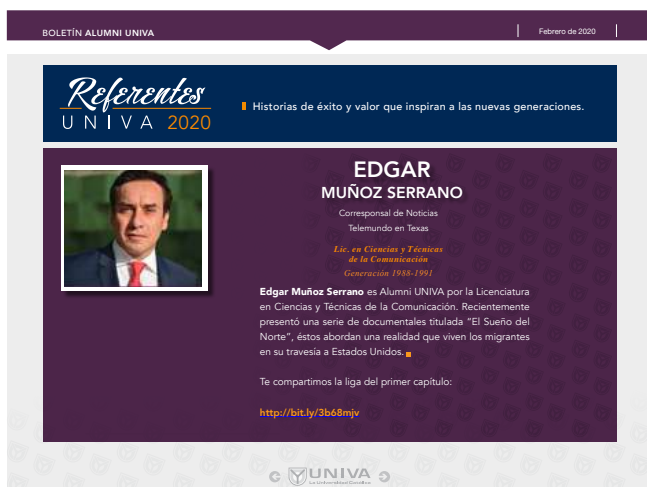
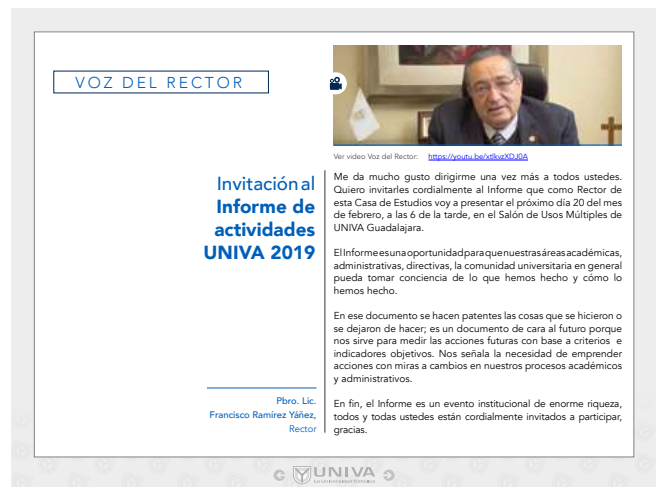


06 de junio

Personalidades de Heidelberg University visitaron la UNIVA. Se busca establecer acuerdos de internacionalización para ambas instituciones.

UNIVA ALUMNI UNIVA

Boletín electrónico en PDF con interactividad y periodicidad mensual, se difunde información sobre el acontecer universitario, éste se envía por correo electrónico a egresados de preparatoria, licenciaturas y posgrados del plantel Guadalajara.



6.2 PUBLICACIÓN PARA PRENSA

Prensa

Los desplegados informativos o comunicados institucionales podrán ser difundidos a través de la prensa local, nacional o internacional, según el objetivo, audiencia y grado de impacto necesario.

El diseño deberá ser realizado con base en una retícula editorial jerárquica, que tenga los siguientes elementos:

- Encabezado principal
- Subencabezado
- Párrafo de inicio o entradilla
- Título de bloque (temas)
- Fotografía principal
- Fotografías complementarias o de ambientación
- Pies de fotografías
- Referencias (en caso necesario)
- Membrete con logo UNIVA

Realizar captura digital de la publicación y/o almacenar la plana para archivo histórico.

PBRO. LIC. FRANCISCO RAMÍREZ YÁÑEZ,
RECTOR DE LA UNIVA

NUEVO PRESIDENTE DE LA ODUICAL 2015-2018
(ORGANIZACIÓN DE UNIVERSIDADES CATÓLICAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE)




Presidente saliente, Dr. Pedro Pablo Rosas, y Pbro. Lic. Francisco Ramírez Yáñez, Presidente electo para el periodo 2015-2018.

ALREDEDOR DE 100 UNIVERSIDADES ASOCIADAS DE:

- Argentina - Bolivia - Brasil - Chile
- Colombia - Costa Rica - Ecuador
- El Salvador - Guatemala - Honduras
- México - Nicaragua - Panamá - Paraguay
- Perú - Puerto Rico - República Dominicana
- Uruguay - Venezuela

RESEÑA HISTÓRICA

En el difícil contexto cultural, social y político posterior a la culminación de la Segunda Guerra Mundial, caracterizado por grandes tensiones entre las democracias occidentales y los países alineados con la Unión Soviética, los educadores católicos comenzaron a reunirse para reflexionar sobre los desafíos que implicaba ese nuevo orden mundial. En suelo americano, fueron de gran relevancia los Congresos Interamericanos de Educación Católica celebrados en La Paz, Bolivia, en 1945, y en Río de Janeiro, Brasil, en 1951, de los cuales surgió la idea de crear una entidad supranacional que agrupara a las universidades católicas de Latinoamérica. Obtenida la anuencia de la Sagrada Congregación, los rectores latinoamericanos se reunieron, en septiembre de 1953, en la Pontificia Universidad Católica de Chile, siendo Rector monseñor Alfredo Silva Santiago, Arzobispo de la diócesis de Concepción, estuvieron presentes las universidades: Católica de Valparaíso (Chile), Católica Argentina, Católica del Perú, Católica de Río Grande do Sul, Católica de Río de Janeiro, Católica de Puerto Rico, Católica del Ecuador y la Jesuita (Colombia); en este encuentro se tomó el acuerdo de constituir la Organización de Universidades Católicas de América Latina (ODUICAL), nombrando como presidente a monseñor Alfredo Silva.

Los nombramientos se llevaron a cabo en el Pontificio Ateneo San Anselmo, Roma, durante la Asamblea de ODUICAL, el pasado 17 de noviembre ante la presencia de un gran número de rectores y otras autoridades de las instituciones afiliadas a ODUICAL, y las máximas autoridades de la Federación Internacional de Universidades Católicas (FIUC).

La ODUICAL, vinculada en calidad de asociación regional a la FIUC, contribuye al progreso del saber y a la elaboración de un mundo más justo y más humano, a la luz de la fe cristiana y gracias al espíritu del Evangelio (Art. 2 de los Estatutos de FIUC).

La UNIVA, presente en el Congreso Internacional

El padre Francisco, Rector de la UNIVA, así como rectores de otras instituciones afiliadas a ODUICAL y las máximas autoridades de FIUC, estarán participando del 18 al 21 de noviembre en el Congreso Internacional "Educar hoy y mañana, una pasión que se renueva", convocado por la Congregación para la Educación Católica, en la ciudad de Roma.

UNIVA
La Universidad Católica

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC **UNIVA**
Edición Noviembre 2019 La Universidad Católica

Voz del Rector

La permanencia de los colaboradores en la UNIVA, habla por sí misma de los valores de la Institución.

El desarrollo, de las personas como el de las empresas atraviesa por un número de procesos y al igual que los seres humanos, las empresas van teniendo a través del camino un grado de madurez. En esta ocasión y refiriéndome a las empresas quisiera tratar un tema sustancial para la constitución y operación de estas, se trata de las personas que trabajan en ellas. Las personas van creciendo con la empresa, se van identificando con la misión, con los valores y con todo lo que significa el mundo del trabajo. Por eso, es un valor imponderable tener en nuestras empresas y de nuestras universidades personas con una trayectoria laboral importante, con una identidad, entusiasmo, proyectos; que en conjunto, puedan generar y mantener un buen ambiente laboral.

Hace unos días tuvimos una ceremonia de premiación denominada Trayectoria Laboral. Este año fueron más de 200 personas reconocidas por su esfuerzo, su dedicación, su constancia y su identidad con la institución. Por último, quiero decirles que debemos atender, cuidar, agradecerlos y empatizar con nuestros trabajadores. Les agradezco su atención.

COLIMA

Firma de convenio con el Instituto de Atención de los Adultos en Plenitud del estado de Colima

Durante la mañana del pasado 23 de octubre se firmó el convenio entre el Instituto de Atención de los Adultos en Plenitud del Estado de Colima y la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), plantel Colima.

El convenio fue firmado por la C. Blanca Estela Acevedo Gómez, Directora del Instituto de Atención de los Adultos en Plenitud del Estado, y el maestro Juan José Iglesias Núñez, Director del plantel Colima.

Este acuerdo contribuirá significativamente a las tareas de formación integral de las instituciones incorporadas, así como a la transferencia de conocimientos socialmente útiles que aporten soluciones a los problemas más urgentes de los adultos mayores del Estado.

De esta manera, la UNIVA Colima refuerza alianzas que fortalecen el cumplimiento de la misión institucional en cuanto a formar líderes con espíritu de servicio y comprometidos con el bien común.

SISTEMA UNIVA

UNIVA reconoce a algunos colaboradores por su trayectoria en la institución y se otorga el premio MAS

Más de 200 docentes y administrativos de los planteles del Sistema UNIVA recibieron el Reconocimiento por Trayectoria Laboral, al haber cumplido cinco, diez, quince, veinte, veinticinco, treinta o cuarenta años de servicio. En este evento se cristalizó el compromiso, el esfuerzo y la perseverancia de los colaboradores en la institución. Asimismo, se entregó el Premio MAS (Mejor Administrativo del Sistema), distinción a la excelencia en la labor administrativa del personal de los distintos planteles. De la UNIVA Colima, este galardón lo recibió Luis Ramón Rincón Rojas, Encargado de Infraestructura y Tecnologías de la Información.

UNADIS evoluciona y muestra su nuevo rostro: UNIVA Online.

Conoce más en: <https://www.facebook.com/univainline/>

PROFESIONALES DE CALIDAD

DESARROLLANDO LAS VENTAJAS DE ESTUDIAR EN UNIVA ONLINE

Colima • Guadalajara • Lagos • La Piedad • León • Puerto Vallarta • Querétaro • Tepic • Uruapan • Zamora www.univa.mx

7.

COMUNICACIÓN DIGITAL Y SITIO WEB

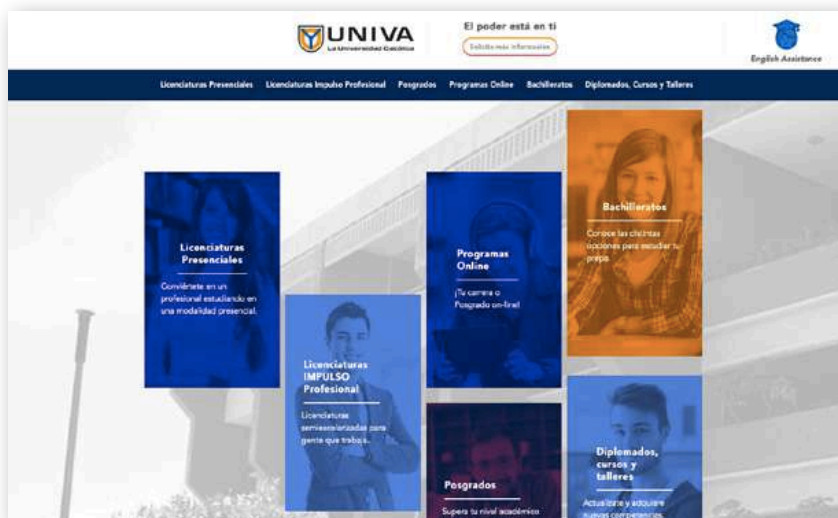
7.1 IDENTIDAD EN EL SITIO WEB UNIVA

Sitio web UNIVA

Los medios digitales institucionales se homologan al sitio web, ya que representan al Sistema UNIVA en la Internet, creando un ecosistema digital que se dirige a diversos usuarios.

La identidad del sitio web deberá representar la ideología de la Universidad con un concepto moderno, limpio, dinámico, que además de informar con claridad, muestre el acontecer universitario a través de la comunidad UNIVA y las instalaciones.

La imagen del sitio web deberá mantenerse renovada y actual, tanto por las tendencias interactivas y estilos de navegación, así como la imagen a proyectar.



7.2 IDENTIDAD DIGITAL EN MICROSITIOS WEB

Micrositios web

Los micrositios deben de homoloxarse con el sitio web, tanto en la aplicación de los elementos gráficos como las imágenes e información, además de ser claros y precisos. Categorizar y priorizar elementos importantes. El uso de los elementos gráficos debe ser sencillo y simple, y de igual manera, las fotografías deben ser de calidad que ilustren el contenido y que además que ayuden a la lectura y consulta.

Los micrositios cumplen la función de abundar sobre los temas que se consideren pertinentes y deben cumplir con los lineamientos gráficos de la página web: colores, transparencias, tamaño de las fotografías, tipografía y estilo de redacción.



7.3 IDENTIDAD DIGITAL PARA USO INTERNO

Postales digitales

Las postales son una herramienta de gran utilidad que sirve para informar, difundir actividades y eventos, además de invitar a participar.

Características:

- Las fotografías deberán ser a color, aplicando los principios básicos de la estética, en caso de ser necesario, utilizar el banco de imágenes que se tenga contratado.
- Los textos, sin errores de ortografía y con impecable redacción.
- Los copys, deben de contener información relevante que contribuya a los valores institucionales, así como a la misión y a la visión.
- Las publicaciones deben ir acompañadas de un texto o copy.
- No deben publicarse sin texto.
- La solicitudes de publicación deberán ser adaptadas a las medidas correspondientes para asegurar su correcta difusión.
- Facebook explica que el texto solo debe cubrir un 20% de la postal.
- Fotografías enmarcadas sobre fondo blanco.



Los obituarios o esquelas

Un obituario es el comentario de una noticia sobre una persona fallecida hace poco tiempo.

La postal va en blanco y el texto de color negro con el nombre y la información básica al lado de la cruz y la paloma.

Debido a la sensibilidad de la información, antes de publicarse confirmar que los datos sean los correctos.

Los obituarios deben difundirse a través de los canales de comunicación internos.



La Universidad del Valle de Atemajac se une a la pena que embarga a la familia y amigos del

C.P. Gabriel Covarrubias Ibarra

quien falleció en Guadalajara el pasado jueves 2 de agosto.

Don Gabriel Covarrubias Ibarra fue miembro del Consejo Fundador de la UNIVA y, además, Alcalde de Guadalajara durante el periodo 1989-1992.

Hombre de gran sencillez y sensibilidad, entregó lo mejor de sí en nuestra Casa de Estudios, así como en los diversos cargos públicos que desempeñó.

Nuestra comunidad universitaria eleva oraciones por su eterno descanso y desea que sus familiares encuentren pronto la paz y el consuelo en Nuestro Señor Jesucristo.
Descanse en paz.




La comunidad universitaria se une a la pena que embarga a la familia Rodríguez Molina por el sensible fallecimiento de

Ana Isabel Rodríguez Molina
Egresada de la Licenciatura
en Ciencias y Técnicas de la Comunicación

La misa será el viernes 17 de junio a las 13:00 horas, en la capilla San Carlos Borromeo de esta Universidad.

Oremos para pedir por su eterno descanso y que sus familiares encuentren pronto la paz y el consuelo en Nuestro Señor Jesucristo.



7.4 IDENTIDAD EN REDES SOCIALES

Con el propósito de mantener alineadas las publicaciones en las redes sociales del Sistema UNIVA, deberán tomarse en cuenta las siguientes recomendaciones:

Las fotografías

1. Las fotografías deben ser de alta calidad: 1080 por 720 pixeles en formato horizontal.
2. Las fotografías deben cumplir con las reglas básicas de la estética.
3. Cuatro fotografías como máximo en cada publicación, describir de manera visual -como si fuese una secuencia- el hecho, el evento o actividad.
4. La primera fotografía debe mostrar al protagonista: el equipo de fútbol ganador, la entrega del reconocimiento.
5. La segunda fotografía a los asistentes encuadrándolos en las instalaciones de la institución o bien en el contexto en el que se lleva a cabo el evento o acto.
6. La tercera fotografía debe resaltar detalles ilustrativos.
7. La cuarta fotografía debe mostrar las acciones o actividades representativas, como es la elaboración de algún producto, los alumnos participando en las actividades físicas como el fútbol. Evitar las fotografías posadas.
8. Cuando se trata de un evento protocolario, la primera foto corresponde a la máxima autoridad (el Rector, el Director del plantel), y así
9. En caso de necesitar subir más de 4 fotografías, crear un repositorio de google fotos y compartirlo con un link corto.



Los copys

Es el texto que acompaña a las fotografías de las publicaciones. Siempre se debe de publicar con copys. La función de los copys es explicar el contenido de las postales o fotografías, gracias a ello el lector comprende el significado de lo que se pretende comunicar. Un buen copy genera interés y a su vez lo invita a compartir la publicación generando interactividad y viralidad.

1. Elaborar los copys con anticipación al evento y/o actividad.
2. Seguir las cuentas de las personalidades o instituciones vinculadas a la universidad.
3. Los textos deben ser cortos.
4. Resaltar lo importante.
5. Sin faltas de ortografía.
6. Redacción clara que cumpla las reglas de la sintaxis del español.
7. Evitar textos rebuscados.
8. Usar los *links* cortos (<https://bit.ly.com/>).
9. Los colores, la tipografía y el logotipo no se debe modificar. Solo el contenido y las imágenes.
10. Es de carácter obligatorio el incluir en cada publicación los *Hashtags* que describan al evento, así como los presentados a continuación por tipo de categoría (necesarios para las métricas):

#TransformaciónSocialUNIVAColima

#FormaciónIntegralUNIVALEÓN

#LíderesConEspírituUNIVAPiedad

#BienComúnUNIVAVallarta

Nota: Poner al final el plantel correspondiente. Éstos pueden ser visibles u ocultos en el copy.

UNIVA es sede del primer Encuentro nacional "Integridad en la función pública con perspectiva de género", evento coordinado por IteI Jalisco.

Como parte de las actividades, se realiza el panel titulado "La ética en la función pública con perspectiva de género", cuya moderadora es la Lic. María Teresa Brito Serrano, contralora del Estado de Jalisco.

Participan como Panelistas la maestra Marisol de Lourdes Ruenes Torres, secretaria de la Transparencia y Rendición de Cuentas del... [Ver más](#)



Alejandro Hernández, protagonista de este segundo episodio titulado "Alex, el bebé abandonado en las vías" correspondiente a "El sueño del norte", habla de su experiencia de vida, agradece al equipo creativo y a la universidad por hacer el cortometraje posible.

#LíderesConEspírituUNIVAGDL

Comunicación, Lenguajes y Multimedia. UNIVA
Alumni UNIVA



La portada o Header

Es la foto o imagen que se encuentra en la parte superior y su función es la rápida identificación, razón por la cual debe ser reconocida al instante.

1. Las fotografías a color sin ningún elemento gráfico o texto alguno.
2. La frase entre corchetes en color blanco en tipografía Avenir a 42 puntos.
3. Fotografías a color 1080 por 720 píxeles en formato horizontal tipografía Avenir a 42 puntos.



Imagen de perfil

Es la imagen del perfil de un usuario, producto o empresa que identifica a una *fanpage*. Para productos, servicios, empresas o instituciones se acostumbra colocar el logotipo o emblema de los mismos. No se debe de modificar ni incluir nuevos elementos.

Se encuentra al lado de la portada o el *Header* del lado izquierdo. En la *fanpage* de la UNIVA se debe colocar el emblema de la UNIVA sobre fondo color azul.

Los avisos

Un aviso es una advertencia que se comunica a alguien sobre algún asunto de importancia. Puede tratarse de una señal, un consejo o un llamado de atención.

1. El contenido debe obedecer a la oportunidad y pertinencia del tema.
2. Evitar el uso indiscriminado.
3. Usar solo cuando es prioritario.
4. Los avisos sobre fondo blanco y con letras grises el texto. Sin fotografías o gráficos.
5. El espacio de texto de atento aviso sobre una pleca azul en tipografía Avenir a 63 puntos.
6. En el espacio del texto de contingencia ambiental en tipografía Avenir a 60 puntos.
7. La información en tipografía Avenir a 20 puntos.
8. La señal de advertencia solo incluye cuando el asunto lo amerite.
9. El logotipo al final de la información al centro, sin alterar el tamaño y el lugar.



Efemérides

Es el conjunto de acontecimientos importantes ocurridos en una misma fecha, pero en años diferentes. Se utiliza para recordar fechas importantes.

1. Las fotografías en color.
2. En la parte superior la fecha en tipografía Avenir.
3. En la parte inferior el título del día conmemorativo y en tipografía Avenir.
4. Seguido del texto informativo.
5. El imagotipo en la parte inferior derecha.



El Gift

Herramienta de gran popularidad que consiste en incluir varias fotos o fragmentos de videos, estos van sobre un marco blanco con la información descriptiva en la parte inferior.

1. El *gift* enmarcado sobre blanco.
2. La fotografía en color o blanco y negro.
3. En la parte inferior, la información básica tipografía en color azul Avenir a 32 puntos.
4. El imagotipo en el lado derecho, sin alterar el tamaño.



Video

El video es un formato popular en las redes sociales que permite atraer la atención de nuestros seguidores y generar un alto impacto en su memoria.

Son dos formatos:

1. Cuadrado, 800 por 800 px.
2. Rectangular, 1080 por 720 px enmarcados en fondo blanco y en la parte inferior con letras en gris con información relevante.



Frases célebres

Las frases deben ir en blanco y negro, sin acompañamiento alguno como es un texto o gráficos. En la parte inferior va el texto de color gris y entrecomillado en color naranja. El imago tipo en la parte inferior. Utilizar tipografía Avenir.



8.

PROGRAMA SEÑALÉTICO

Los mapas de ubicación o directorios de áreas u oficinas se deberán representar con formas simples, geométricas y en colores planos; deberán contar con indicadores alfanuméricos para una lectura rápida y funcional.

Ambas piezas deberán ser colocadas en muros a la altura de la vista de una persona de estatura promedio, así como en tótems o estructuras ubicadas en pasillos o espacios cercanos a los ingresos del plantel.



Pictogramas

El uso de pictogramas deberá ser realizado por el área de Imagen Institucional UNIVA, en donde se representan personas, herramientas u objetos con estilo lineal a manera de siluetas.

Regletas de aulas, áreas, jefaturas y centro de servicios

Colocar el nombre que identifica el área en el centro de la regleta o superficie, o en la parte baja del pictograma en mayúsculas con tipografía Avenir de 3 a 5 cm, así como el texto en inglés con tipografía de entre 1 a 2.5 cm de altura.

Una variante es colocar el pictograma a la izquierda de la regleta y el texto del lado derecho al centro.

Utilizar el fondo de color azul oscuro (Pantone 295 C) y los textos (español e inglés) en color blanco. Se recomienda que el soporte sea de aluminio o acero, con recorte de vinil en los colores mencionados. Así también, para la señalización de exteriores, se recomienda utilizar pintura automotriz.

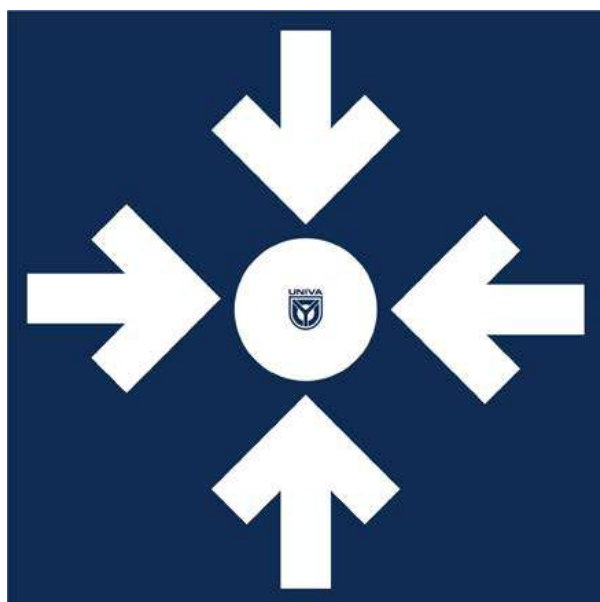


Ejemplos de aplicación

**JEFATURA DE IMAGEN Y
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**
HEAD OF IMAGE & CORPORATE COMMUNICATION



SALA DE MAESTROS
TEACHERS ROOM



3•014

AULA
CLASSROOM



**ÁREA LIBRE
DE HUMO**
SMOKE FREE AREA



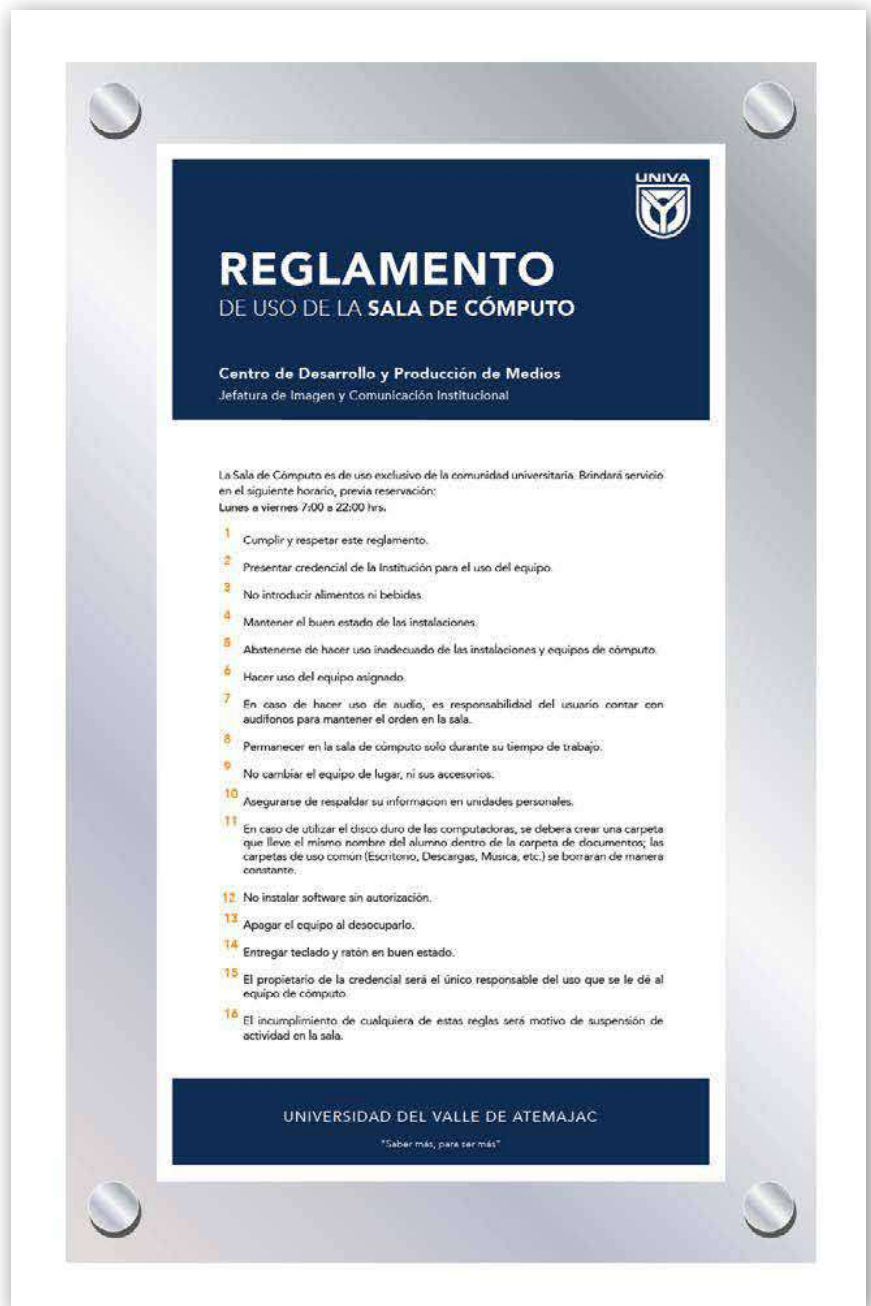
ÁREA DE ASEO
CLEANING ROOM



Reglamentos

Los reglamentos o disposiciones de áreas o servicios deberán ser colocados en lugares accesibles al ingreso de las áreas, aulas o laboratorios.

Utilizar impresión directa sobre el acrílico blanco o transparente; otra alternativa es utilizar una impresión en cartulina opalina o cuché grueso y colocarlo en la parte posterior de un acrílico transparente, se recomienda el uso de "chapelones" en los cuatro extremos del acrílico.



Señalética Biblioteca

El diseño de señalética para la biblioteca universitaria deberá contar con elementos más limpios, fondo blanco con textos o pictogramas en el color azul (pantone 2718 C).



8.2 SEÑALÉTICA RESTRICTIVA

Señalética Protección Civil

El diseño de señalética preventiva, restrictiva y prohibitiva que establece la Unidad Estatal de Protección Civil del Estado de Jalisco, es como el mostrado a continuación.

Estos señalamientos deberán ser impresos sobre material rígido o utilizar el recorte de vinil y ser colocados sobre la superficie necesaria, o sustratos como el estireno o trovisel.



PROHIBIDO PERMANECER
EN EL INTERIOR
DEL VEHÍCULO



PROHIBIDO
PERMANECER EN EL
ESTACIONAMIENTO



PROHIBIDO
FUMAR



PROHIBIDO
EL INGRESO
CON ARMAS



PROHIBIDO CONSUMIR
BEBIDAS
ALCOHÓLICAS



BE-10



BH-11



BA-12



BT-13



BEI-14



BRD-15



BRI-16



BZS-17



BPA-18



BB-19



B5M-20



BPR-21



B5ED-22



B5EI-23



B8O-24



BV-25



BLRM-26



BNF-27



BNEC-28



BNP-29

C o n t a c t o :
Coordinación de Imagen Corporativa
Jefatura de Imagen y Comunicación Institucional, UNIVA.
www.univa.mx
Tel. 01(33) 3134 0800, Ext. 1719

