

Manual de Identidad Corporativa



Universidad
Externado
de Colombia



Presentación

El manual de imagen de la Universidad Externado de Colombia busca unificar y optimizar la proyección de los valores, principios y logros que ha caracterizado a nuestra Casa de Estudios en su larga y prestigiosa trayectoria académica.

En los últimos años, la presentación de una imagen coherente y clara ha tomado gran importancia para transmitir con éxito cualquier mensaje que toda institución quiere plasmar en un elemento comunicativo. El Externado se empeña en mantener sus estándares de calidad y por ello

condensa en este documento los lineamientos por los que guiará y fortalecerá su imagen institucional.

El manual impacta a cada sujeto que influye dentro y fuera de la Universidad: alumnos y egresados, profesores, funcionarios, y en general a la sociedad colombiana, sin excluir, por supuesto, a la comunidad internacional donde también somos reconocidos como una institución líder en promover la libertad y la dignidad humana en todas sus expresiones.



Contenido

- Presentación  **2**
- Introducción  **5**
- Nuestra Marca **6**
- Misión de la Universidad **7**
- Eslogan **8**



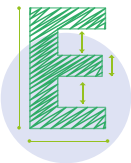
Elementos de Diseño **9**

- Arquitectura de Marca **11**
- La Marca **14**
- Marca Tipográfica **15**
- Construcción de la Marca Tipográfica **16**
- Versiones **17**
- Versiones Simbolo **18**
- Variedad del Color **19**
- Área de Seguridad **20**
- Logotipo con Facultad o Dependencia - Versión Horizontal **21**
- Logotipo con Facultad o Dependencia - Versión Vertical **22**
- Lineamientos, Arquitectura - Logo con Facultad y Departamento **23**
- Versión Logotipo con dos Facultades **24**
- Versión Logotipo con Facultad y Departamento **24**
- Usos Incorrectos **25**
- Tabla de Tamaños **28**
- Posicionamiento en Piezas Corporativas **29**
- Condiciones y Uso del Sello Vigilada Mineducación **30**



El Color **31**

- Presentación **33**
- Paleta de Color Primaria **34**
- Mezclas Paleta de Color Primaria **34**
- Paleta de Color Secundaria **35**
- Mezclas Paleta de Color Secundaria **36**
- Paleta de Color Terciaria - Figri **37**
- Principios Básicos y Jerarquía **38**
- Usos Incorrectos del Color **39**



La Tipografía

- Presentación
- Tipografía Corporativa
- Tipografías Complementarias
- Tipografías Compatible
- Usos Recomendados
- Usos Incorrectos

40

42

43

44

46

48

49



La Fotografía

- Presentación
- Usos Recomendados
- Usos Incorrectos

50

52

54

56



El Cobranding

- Presentación
- Sello Vigilada Mineducación en el Cobranding
- Logos Externado con Vigilada Mineducación
- Escenarios de Cobranding

57

59

60

61

63



Medios Digitales y Redes Sociales

- Presentación y Recomendaciones Generales
- Recomendaciones Perfil
- Recomendaciones Portada

69

71

71

71



Muestras Gráficas

73



Glosario

79

Introducción

El Manual de Identidad Corporativa ha sido pensado y diseñado para que cada concepto y elemento orienten la correcta aplicación de la imagen de la Universidad.

Es una herramienta para todas las áreas de la Universidad, específicamente para aquellas que requieren a través de una pieza, comunicar de manera gráfica nuestra identidad. Es una propuesta que invita a que nos consolidemos de manera consistente en el medio, que redunde finalmente en la imagen de la Universidad.

En este sentido, el presente manual funciona como una guía pedagógica: presenta los componentes básicos a partir de los cuales hemos creado la identidad de nuestra marca e ilustra los criterios que definieron un estilo visual como pauta para la composición de las distintas piezas corporativas.

Esperamos que esta guía sea una herramienta lo suficientemente clara y didáctica, y que con ella se facilite el desarrollo de todos los elementos gráficos y conceptuales, necesarios para la unidad de la identidad e imagen corporativa.

Nuestra marca

PASADO Y PRESENTE

El 15 de febrero de 1886 nació el Externado de Colombia como respuesta al absolutismo y a la supresión de la libertad de enseñanza impuestos por la dictadura de La Regeneración.

La Universidad fue fundada por el joven jurista y educador Nicolás Pinzón Warlostén, quien, con el apoyo de un grupo de ilustres maestros del liberalismo radical, estableció una institución que, desde sus comienzos, ha permitido el estudio y examen libre de las ideas, ha acogido a alumnos de todas las regiones del país, ha practicado el respeto por los credos religiosos e ideologías políticas y ha promovido la tolerancia como fórmula para alcanzar la convivencia pacífica dentro de la heterogeneidad.

Se le llamó “Externado” porque la nueva institución recibió la influencia de los más modernos centros educativos europeos que, entonces, se oponían al viejo sistema del internado, colegio de origen medieval, inclinado a la catequización e impropio para el desarrollo autónomo de la personalidad. Externado implicaba, pues, apertura, libertad de estudio y de enseñanza.

A lo largo de su historia el Externado ha profesado los principios y valores que alentaron a sus fundadores. Han sido sus rectores Nicolás Pinzón Warlostén, Diego Mendoza Pérez, Ricardo Hinestrosa Daza, Fernando Hinestrosa, Juan Carlos Henao, Hernando Parra Nieto.

Misión

Como institución de educación superior dedicada a la enseñanza e investigación en Ciencias Sociales, con una concepción humanística, la Universidad Externado de Colombia promueve y practica un absoluto respeto por la vida.

Su actividad se desarrolla dentro de una filosofía pluralista, abierta a todas las corrientes del pensamiento, ajena al dogmatismo y respetuosa de todos los credos religiosos e ideologías políticas. La Universidad promueve la tolerancia como fórmula para alcanzar la paz y el progreso dentro de la heterogeneidad, acoge a estudiantes de todas las regiones del país y considera a la diversidad como una de sus mayores riquezas.

El Externado de Colombia tiene confianza y optimismo en la viabilidad de Colombia como nación y trabaja por la reafirmación de la identidad nacional; apoya la integración con los países de América Latina como garantía de una presencia significativa en el concierto internacional y estimula la cooperación con universidades de todo el mundo para mantenerse en contacto con la cultura universal y actualizada frente al avance de las ciencias.

Dentro del espíritu liberal que la anima, la Universidad Externado de Colombia persigue el ideal de la libertad como derecho inalienable del ser humano; tiene fe en la democracia; lucha por el perfeccionamiento del Estado Social de Derecho, en la búsqueda de la igualdad en los planos social y económico, y del respeto por los Derechos Fundamentales.

Asimismo, ha procurado siempre la formación integral de sus alumnos: busca forjar verdaderos ciudadanos conscientes de sus compromisos para con la nación; personas íntegras, con independencia de carácter y practicantes de una ética cívica intachable, pública y privada; profesionales solidarios, auténticos, austeros, dotados con criterio, capaces de resistir la intimidación, enfrentar la corrupción y contribuir al rescate de la dignidad de la patria.

Eslogan

EDUCACIÓN PARA LA LIBERTAD DE CARA AL FUTURO

La libertad que inspiró a nuestros fundadores es un valor perdurable como garantía de la dignidad de las personas. La libertad de pensar, de tomar decisiones y de actuar como individuos autónomos, no como rebaño, es lo que nos hace verdaderamente humanos.

Y ese principio se relaciona íntimamente con otros propios de la ética externadista: libertad de un pueblo para elegir su destino; respeto y tolerancia, en tanto libertad del otro para pensar para creer, para disentir; igualdad que equipara las libertades de todos; libertad para optar por el cumplimiento de la Ley, como garantía de la concordia y la civilización.

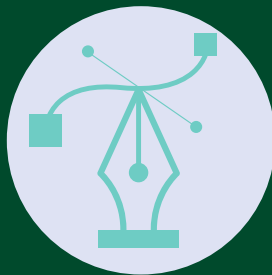
Por eso la libertad fue, es y será el norte de nuestra existencia.

Universidad
Externado
de Colombia

EDUCACIÓN
PARA LA
LIBERTAD
DE CARA AL
FUTURO

Elementos de Diseño

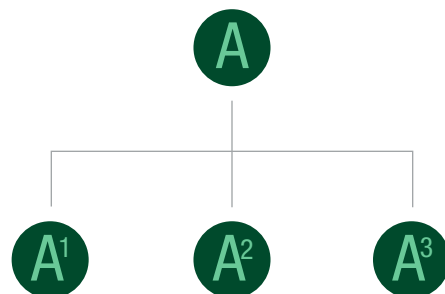
- Arquitectura de Marca
- La Marca
- Marca Tipográfica
- Construcción de la Marca Tipográfica
- Versiones
- Variedad del color
- Área de seguridad
- Logotipo con Facultad o dependencia - Versión horizontal
- Logotipo con Facultad o dependencia - Versión vertical
- Lineamientos, Arquitectura - Logo con Facultad y Departamento
- Versión Logotipo con Facultad y Departamento
- Versión Logotipo con dos Facultades
- Usos incorrectos
- Tabla de tamaños
- Posicionamiento en piezas corporativas
- Condiciones y uso del sello Vigilada Mineducación





ARQUITECTURA DE MARCA

La Universidad Externado cuenta con un modelo de estructura comercial MONOLÍTICO, que unifica todas las divisiones, productos o servicios bajo una única marca matriz que establece su personalidad diferencial a modo de valor añadido.



Universidad
Externado
de Colombia ← Marca matriz

Universidad
Externado
de Colombia
NOMBRE DE LA FACULTAD
O DEPENDENCIA

Universidad
Externado
de Colombia | NOMBRE DE LA FACULTAD
O DEPENDENCIA

La Universidad cuenta con un sistema de nomenclatura de naming que consiste en la instauración de una política de naming corporativo adecuada, para asegurar la asignación de nombres de marca coherentes y distinguibles como propios.

Resulta fundamental establecer un sistema de nomenclatura específico de cara a la denominación tanto de productos o servicios futuros, como de los ya existentes.



LA MARCA TIPOGRÁFICA O LOGOTIPO

La versión que presentamos a continuación es la marca tipográfica. Es la versión consolidada de nuestro logotipo, la cual deberá usarse para todos los fines.

Nuestro logo constituye una pieza única y como tal, no puede ser redibujado y no admite modificaciones. Evite reconstruirlo usted mismo, por tal razón, anexamos o en su defecto, solicite los archivos de alta de nuestro logotipo.

Universidad
Externado
de Colombia

DESCARGAR



Regresar al
Contenido



CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA TIPOGRÁFICA

El logotipo de la Universidad tiene unas proporciones definidas entre cada uno de sus elementos, estas proporciones son inmodificables, evite reconstruirlo usted mismo, por tal razón, anexamos o en su defecto, solicite los archivos de alta de nuestro logotipo.

(LETRA E=2x)



VERSIONES DEL LOGOTIPO

La versión tipográfica (A) **ES LA VERSIÓN PRINCIPAL DE NUESTRO LOGOTIPO.**

La versión tipográfica (B) Es la única versión del logotipo que se usa de forma vertical modificando su orientación original.

Esta versión se usa únicamente en firma o respaldo de la imagen en publicaciones editoriales, estrictamente en el lomo de los libros.

Cada una de estas versiones (A y B) se puede presentar en blanco y negro o de manera invertida. En ocasiones, cuando sólo haya tinta negra, ésta se deberá utilizar al 100%. Evite usar los grises o las tramas en porcentajes de negro.

A

Universidad
Externado
de Colombia

B

Universidad
Externado
de Colombia

VERSIONES DEL SIMBOLO (ESCUDO)

La aplicación del símbolo (C), se usará en:

- Documentos legales, certificados, actas, diplomas etc.
- En aplicaciones de cobranding donde se requiera.
- SU USO ES EXCLUSIVO para aplicaciones de Rectoría.

C



VARIEDAD DEL COLOR

El color de nuestro logo es el Pantone 3435C, para impresiones de tintas directas, es decir, cuando el color no lleva mezcla CMYK.

Para impresiones en la versión CMYK o process, la mezcla es Cian 100%, Magenta 0%, Amarillo 81%, Negro 66%.

EL LOGO INVERTIDO

El logo invertido (sobre fondo negro, o logo en blanco sobre fondos sólidos y oscuros) se usa cuando la versión en color no es muy legible, por ejemplo sobre imágenes fotográficas. La versión en negro sólo se usa para comunicaciones en blanco y negro, papelería, fax o avisos de prensa.

Cada una de las formas de presentar el logo se encuentra en diferentes formatos (.eps, .pdf, .ai, .jpg, etc.), para usarlos en todas las plataformas y puede descargarlos en el botón que aparece en la parte inferior de esta guía.

Universidad
Externado
de Colombia

Logotipo en colores *process*

Universidad
Externado
de Colombia

Logotipo en *Pantone*

Universidad
Externado
de Colombia

Logotipo en negro

Universidad
Externado
de Colombia

Logotipo invertido

DESCARGAR



Regresar al
Contenido



ÁREA DE SEGURIDAD O DE RESERVA DEL LOGOTIPO

Para que nuestro logo tenga el mayor impacto y legibilidad debe conservar un área de seguridad o de reserva. Es decir, que los elementos ajenos a nuestra marca no pueden infringir esta área.



VERSIÓN LOGOTIPO CON FACULTAD O DEPENDENCIA - VERSIÓN HORIZONTAL

En esta versión nuestro logo va acompañado del nombre de la facultad o dependencia, separado por una línea muy delgada. La facultad siempre deberá estar escrita en letras mayúsculas, y en tipografía Optima versión bold.



DESCARGAR



Regresar al
Contenido



VERSIÓN LOGOTIPO CON FACULTAD O DEPENDENCIA - VERSIÓN VERTICAL

En esta versión nuestro logo va acompañado del nombre de la facultad o dependencia, separado por una línea muy delgada. La facultad siempre deberá estar escrita en letras mayúsculas, y en tipografía Optima bold.



DESCARGAR



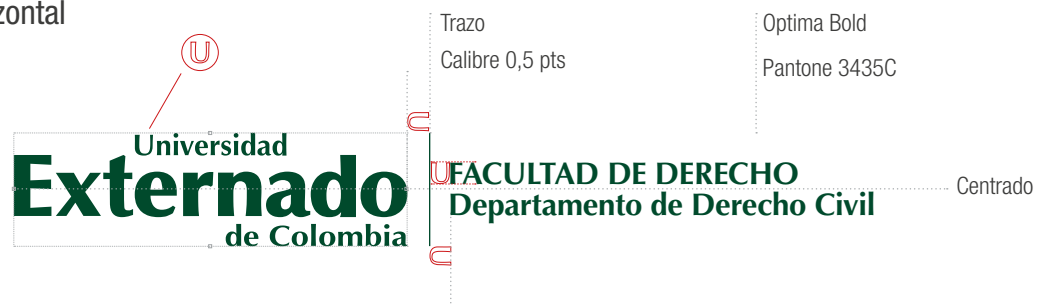
Regresar al
Contenido



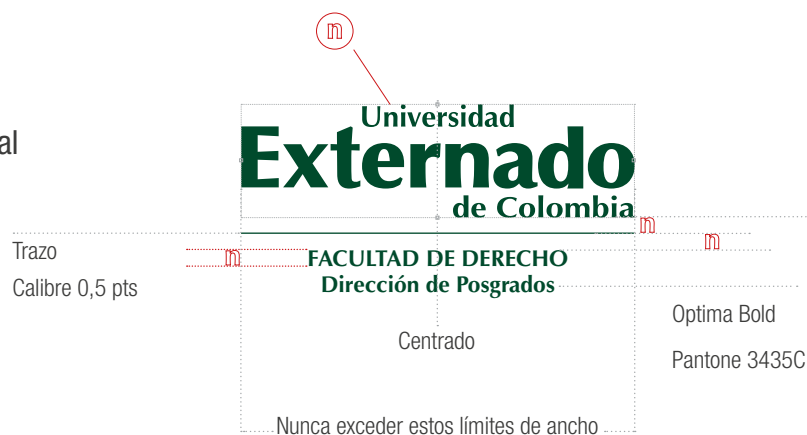
LINEAMIENTOS, ARQUITECTURA - LOGOTIPO CON FACULTAD Y DEPARTAMENTO

Estos son los lineamientos que rigen en la construcción del logo con Facultad y/o Departamento.

Versión Horizontal



Versión Vertical



VERSIÓN LOGOTIPO CON FACULTAD Y DEPARTAMENTO

En esta versión nuestro logo va acompañado del nombre de la facultad en mayúsculas, y en el reglón inferior, el nombre del departamento, el cual deberá estar en altas y bajas, conservando el mismo tamaño de letra y tipografía.



VERSIÓN LOGOTIPO CON DOS FACULTADES, O FACULTAD Y DEPENDENCIA

En esta es una versión la cuál resulta muy útil en casos específicos, en los cuales, en nuestro logotipo deben estar presentes dos facultades simultáneamente.

En esta versión debe notarse un interlineado mayor entre cada una de las facultades.



USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

Utilice siempre el arte final del logo y no intente redibujarlo, o modificarlo.

Algunos usos incorrectos:

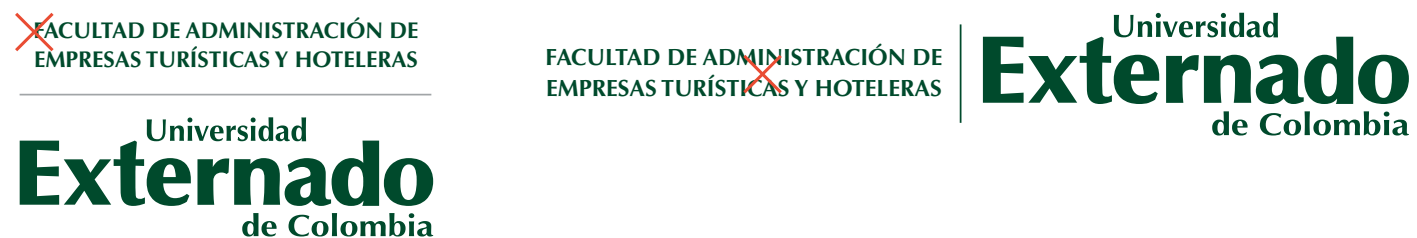
1. Nunca utilice el logotipo de la Universidad Externado en líneas.
2. Nunca aplique el color de las facultades a nuestro logo.
3. Nunca aplique tramas al color original.
4. Nunca reconstruya el logo con un tipo de letra.
5. Nunca distorcione o altere las proporciones de los componentes del logo.
6. Nunca adicione ningún elemento que invada el área de reserva.
7. Nunca utilice sombras debajo del logo.
9. Nunca gire el logo.
10. Nunca distorcione el logo.
11. Nunca utilice versiones escaneadas o de baja calidad.
11. Nunca utilice el logo sobre fondos poco contrastantes.
13. Nunca utilice el logo sobre fotografías donde pierda legibilidad.



USOS INCORRECTOS - VERSIÓN LOGO FACULTAD

POSICIÓN

No cambie ni modifique la ubicación de los elementos que componen el logotipo.



FORMA

No cambie las tipografías, ni las formas de los elementos que componen el logotipo.



PROPORCIÓN

Nunca cambie los tamaños, ni las proporciones de los elementos que componen el logotipo.

Universidad
Externado
de Colombia

Universidad
Externado
de Colombia

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

FACULTAD DE ~~ADMINISTRACIÓN~~ DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

COMPOSICIÓN

En el logotipo puede estar la dependencia, o la facultad sola o acompañada por el nombre del Departamento o el centro de estudios.

Nunca agregue a nuestro logotipo ningún otro tipo de texto.

Los nombres de los programas académicos no deben agregarse al logotipo.

Universidad
Externado
de Colombia

FACULTAD DE DERECHO
Departamento de Riesgos y Seguros
Especialización en Seguros
~~Maestría en Gestión Integral del Riesgo~~
Maestría en Seguros

CONDICIONES Y USO DEL SELLO VIGILADA MINEDUCACIÓN

El Ministerio de Educación Nacional, ha regulado la oferta y publicidad de los programas académicos, mediante la **resolución 12220 - Jun.20/2016**, la cual regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior.

“Las instituciones de educación superior solamente podrán hacer publicidad y ofrecer los programas académicos, una vez obtengan el registro calificado o la acreditación en calidad durante su vigencia.

*La oferta y publicidad de los programas académicos activos debe ser clara, veraz y corresponder con la información registrada en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (Snies), e incluir el código asignado, y **señalar que se trata de una institución de educación superior sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional**”.*

En este caso en particular, no exige una ubicación específica para el sello Vigilada Mineducación, por lo tanto este puede estar ubicado, en cualquier lugar dentro de la pieza gráfica.



DESCARGAR



Regresar al Contenido



El Color

- Presentación
- Paleta de color primaria
- Mezclas paleta de color primaria
- Paleta de color secundaria
- Mezclas paleta de color secundaria
- Paleta de color terciaria - FIGRI
- Principios básicos y jerarquía
- Usos incorrectos del color





El color

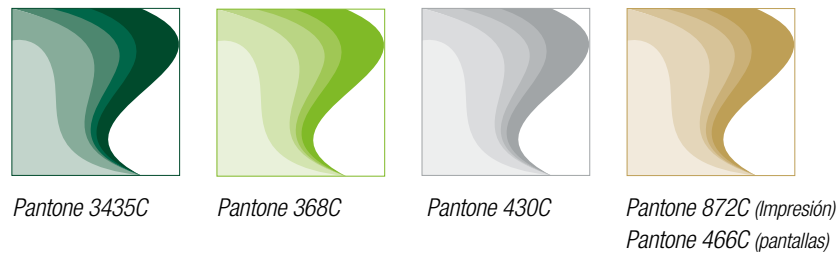
PRESENTACIÓN

A continuación presentamos las paletas de color establecidas para nuestra comunicación gráfica. Todos los colores se presentan bajo la referencia Pantone, el cual se debe utilizar en impresión para obtener una fidelidad y consistencia en nuestros colores, pero, si el uso es diferente, por favor utilice las mezclas que se mencionan como referencia.



PALETA DE COLOR PRIMARIA

Es nuestra paleta de color principal o paleta corporativa. Está conformada por nuestro color verde Pantone 3435 C, y otros colores que acompañan como el verde biche, el dorado, y el gris. Así nuestra marca, en lo posible, aparecerá limpia, sin huellas ni aditivos de color que generen conflicto o distorsionen nuestra identidad gráfica.



MEZCLAS Y MODO DE COLOR

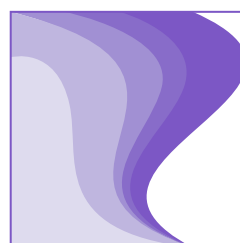
Para conservar la fidelidad en la reproducción del color, especificamos en este aparte los porcentajes de las mezclas dependiendo el modo de color a utilizar.

Tintas de apoyo	Color	CMYK	RGB	Hexadecimal	
				EN TIPOGRAFÍA	EN FONDO
Color corporativo - Pantone 3435 C		100 / 0 / 81 / 66	0 / 74 / 44	A #005631	= #01512c
Pantone 368 C		57 / 0 / 100 / 0	128 / 186 / 39	A #6db52c	= #7fb927
Pantone 430 C		5 / 0 / 0 / 45	161 / 165 / 167	A #959a9e	= #9ca3a8
Pantone 872 C (Pantone al 80%)		18 / 31 / 68 / 6	196 / 168 / 101	A #997e4d	= #cfaa60

DESCARGAR

PALETA DE COLOR SECUNDARIA, O PALETA DE COLOR POR FACULTAD

Creamos una paleta secundaria de colores que representa a cada una de nuestras facultades, dando así un sentido propio a cada facultad, y que combinada con la paleta principal se genera una armonía en el color y a la vez, una marca de respaldo institucional.



Pantone 2665C



Pantone 346C



Pantone 5483C



Pantone 241C



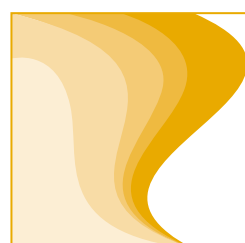
Pantone 1797C



Pantone 151C



Pantone 129C



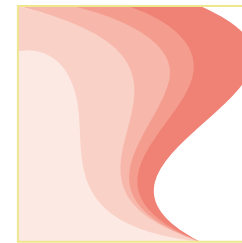
Pantone 131C



Pantone 3005C



Pantone 583C



Pantone 170C

DESCARGAR



















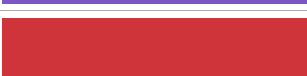










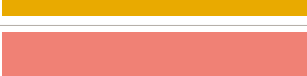








Regresar al
Contenido 



PALETA DE COLOR SECUNDARIA - MEZCLAS Y MODO DE COLOR

Para conservar la fidelidad en la reproducción del color, especificamos en este aparte los porcentajes de las mezclas dependiendo el modo de color a utilizar.

FACULTAD 	TINTA PANTONE 	MEZCLAS 	Hexadecimal:	
			EN TIPOGRAFÍA	EN FONDO
Administración de Empresas - 3005 C		CMYK: 100 / 34 / 0 / 2 RGB: 0 / 121 / 190	 Hexadecimal: #007ac2	 Hexadecimal: #007ac2
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras - 241 C		CMYK: 32 / 98 / 0 / 0 RGB: 154 / 29 / 127	 Hexadecimal: #c24d9b	 Hexadecimal: #c24d9b
Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales - FIGRI - 151 C		CMYK: 0 / 59 / 94 / 0 RGB: 255 / 131 / 0	 Hexadecimal: #f8018	 Hexadecimal: #f8018
Derecho - 583 C		CMYK: 23 / 0 / 100 / 17 RGB: 188 / 190 / 0	 Hexadecimal: #b1a913	 Hexadecimal: #bbbd08
Estudios del Patrimonio Cultural - 2665 C		CMYK: 67 / 72 / 0 / 0 RGB: 116 / 87 / 192	 Hexadecimal: #6E56A0	 Hexadecimal: #6E56A0
Economía - 1797 C		CMYK: 12 / 91 / 75 / 2 RGB: 179 / 53 / 59	 Hexadecimal: #b3353b	 Hexadecimal: #b3353b
Comunicación Social - Periodismo - 346 C		CMYK: 58 / 0 / 52 / 0 RGB: 143 / 201 / 153	 Hexadecimal: #5db786	 Hexadecimal: #6fbe95
Contaduría Pública - 7716 C		CMYK: 85 / 15 / 37 / 2 RGB: 70 / 149 / 159	 Hexadecimal: #0096a0	 Hexadecimal: #0096a0
Ciencias Sociales y Humanas - 131 C		CMYK: 0 / 32 / 100 / 9 RGB: 233 / 170 / 0	 Hexadecimal: #e8aa00	 Hexadecimal: #e8aa00
Ciencias de la Educación - 170 C		CMYK: 0 / 61 / 48 / 0 RGB: 246 / 141 / 120	 Hexadecimal: #ff9173	 Hexadecimal: #ff9173
Bienestar Universitario - 129 C		CMYK: 0 / 16 / 77 / 0 RGB: 255 / 214 / 77	 Hexadecimal: #fcc223	 Hexadecimal: #fd54e
Biblioteca - Rubine Red C		CMYK: 9 / 100 / 35 / 3 RGB: 192 / 2 / 88	 Hexadecimal: #c00258	 Hexadecimal: #c00258













[DESCARGAR](#)

[Regresar al Contenido](#)


PALETA DE COLOR TERCIARIA O PALETA DE LA FACULTAD

DE FINANZAS, GOBIERNO Y RELACIONES INTERNACIONALES - FIGRI

Para la Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales - FIGRI, existe una paleta creada para diferenciar las 4 Escuelas que componen la Facultad. Esta paleta suele aplicarse en las diferentes piezas gráficas según las escuela a la que pertenezca.

 ESCUELA	 TINTA PANTONE	 MEZCLAS	 Hexadecimal: EN TIPOGRAFÍA	Hexadecimal: EN FONDO
Escuela Finanzas y Negocios Internacionales	REFLEX BLUE C		CMYK: 100 / 88 / 27 / 11 RGB: 0 / 22 / 137	 #001689 = #001689
Escuela Gobierno y Políticas Públicas	ORANGE 021 C		CMYK: 0 / 78 / 100 / 0 RGB: 255 / 81 / 0	 #ff5100 = #ff5100
Escuela Relaciones Internacionales	7549 C		CMYK: 0 / 32 / 100 / 0 RGB: 255 / 182 / 0	 #ffb600 = #ffb600
Escuela de Arte, Cultura y Lenguas	7424 C		CMYK: 2 / 84 / 16 / 0 RGB: 230 / 71 / 131	 #e64783 = #e64783

[DESCARGAR](#)

[Regresar al Contenido](#)


PRINCIPIOS BÁSICOS Y JERARQUÍA

Antes de la disposición de los elementos del diseño, tenga en cuenta nuestra jerarquía de colores y los siguientes principios básicos graficados aquí en los ejemplos.

- En nuestros diseños siempre debe estar presente el Pantone 3435 C, nuestro color corporativo.
- Para los cuerpos de texto extensos, nunca usamos la paleta secundaria. Sin embargo, cuando queremos destacar un texto corto, sí lo podemos hacer, o podemos utilizar alguno de los colores secundarios como fondo.



USOS INCORRECTOS DEL COLOR

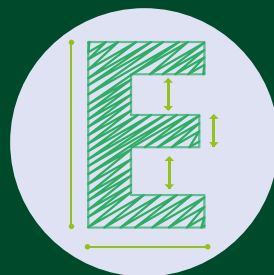
Presentamos algunos ejemplos del uso incorrecto de nuestra paleta de colores secundarios:

- No aplique los colores secundarios en nuestro logo.
- No utilice los colores secundarios en composiciones donde no haya buen contraste y/o compliquen la legibilidad.
- No use los colores secundarios claros en cuerpos de texto sobre fondo blanco.



La Tipografía

- Presentación
- Tipografía Corporativa
- Tipografías Complementarias
- Usos recomendados
- Usos incorrectos





La tipografía

PRESENTACIÓN

La tipografía es un elemento importante e inherente al manejo que se haga de nuestra marca y de los diseños que elaboramos. Les imprime no sólo seriedad y consistencia, pertinentes a nuestra tradición, sino también versatilidad, dinamismo y frescura, relativas al carácter innovador de nuestra marca.

Es importante seguir las recomendaciones que tenemos definidas para usar las tipografías y garantizar consistencia y legibilidad en todas las piezas gráficas.

Optima

Montserrat

Iowan Old Style

Helvética Neue LT Std

Arial Narrow

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

El logotipo se construyó a partir de la fuente tipográfica Optima, agregándole rasgos propios, por medio de modificaciones a los vértices, modificaciones de interlineado y de condensación para darle más personalidad y solidez a la marca.

Esta tipografía por ser utilizada como base en la construcción del logotipo, hace parte de nuestra identidad y se establece como la tipografía corporativa.

FAMILIA OPTIMA

Optima Roman

abcdefghijklmnopqrstvwxyzABCDEFGHIJKL-
MNOPQRSTUVWXYZ1234567890,,:'"<=>
)`¿?áéíóúª!@[/|{]}\$%&

Optima Medium

abcdefghijklmnopqrstvwxyzABCDEFGHI-
JKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,,:'"<=
=>()¿?áéíóúª!@[/|{]}\$%&

Optima Demi

abcdefghijklmnopqrstvwxyzABCDEFGHI-
JKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,,:'"<=
=>()¿?áéíóúª!@[/|{]}\$%&

Optima Bold

abcdefghijklmnopqrstvwxyzABCDEFGHIJKL-
MNOPQRSTUVWXYZ1234567890,,:'"<=>
)¿?áéíóúª!@[/|{]}\$%&

Optima Black

abcdefghijklmnopqrstvwxyzABCDEFGHI-
JKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,,:'"<=
<=>()¿?áéíóúª!@[/|{]}\$%&

DESCARGAR



Regresar al
Contenido



TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Así como el verde es nuestro color corporativo, hemos elegido una fuente complementaria para imprimir solidez y frescura a nuestra marca: Montserrat es una clase de tipografía que expresa la versatilidad y revitalización de la organización y de nuestra marca.

Su uso se extiende a títulos, subtítulos y cuerpos de texto, debido a la variedad de versiones en toda su extensa familia.

Montserrat

Montserrat Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDE-
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ12345678
90,,:;´"”-<=>()”¿?áéíóúªº!@[/]{|\$%&

Montserrat Semibold Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDE-
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ12345678
90,,:;´"”-<=>()”¿?áéíóúªº!@[/]{|\$%&*

Montserrat Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDE-
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567
890,,:;´"”-<=>()”¿?áéíóúªº!@[/]{|\$%&*

Montserrat Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABC-
DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123
4567890,,:;´"”-<=>()”¿?áéíóúªº!@[/]
{|\$%&**

Montserrat Semibold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABC-
DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123
4567890,,:;´"”-<=>()”¿?áéíóúªº!@[/]
{|\$%&**

Montserrat Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABC-
DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123
4567890,,:;´"”-<=>()”¿?áéíóúªº!@[/]
{|\$%&***



TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

La familia tipográfica Helvetica Neue LT Std, constituye nuestra tipografía complementaria, no sólo de la corporativa sino también de todas nuestras formas y medios de comunicación; es nuestra preferida por ser una familia tipográfica muy extensa, por su legibilidad y fluidez, por la sencillez de sus trazos y proporciones, lo que permite una mejor y fácil legibilidad en todas las condiciones visuales.

FAMILIA HELVETICA NEUE LT Std

Helvetica Neue Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,.,:’“”-
<=>()¿?áéíóúª!@[/]{|\$%&

Helvetica Neue Condensed Oblique

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,.,:’“”-
<=>()¿?áéíóúª!@[/]{|\$%&*

Helvetica Neue Medium Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,.,:’“”-
<=>()¿?áéíóúª!@[/]{|\$%&

Helvetica Neue Medium Condensed

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,.,:’“”-
<=>()¿?áéíóúª!@[/]{|\$%&*

Helvetica Neue Bold Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDE-
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,
,.:’“”-<=>()¿?áéíóúª!@[/]{|\$%&

Helvetica Neue Bold Condensed

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDE-
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890,
,.:’“”-<=>()¿?áéíóúª!@[/]{|\$%&*



TIPOGRAFÍA COMPATIBLE

La familia tipográfica Iowan Old Style es la fuente con la cual ha sido diseñado nuestro eslogan. Por tal razón ha sido elegida como una de nuestras tipografías compatibles.

Es una tipografía que imprime sobriedad al diseño.

FAMILIA IOWAN OLD STYLE

IOWAN OLD STYLE ROMAN

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaB-
CDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,.,: '""-<=>() ``¿?
?áéíóú^{ao}!@[/]{|}\$%&

IOWAN OLD STYLE ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaB-
CDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,.,: '""-<=>() ``¿?
?áéíóú^{ao}!@[/]{|}\$%&

IOWAN OLD STYLE BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaB-
CDEFGHIJKLMNOPQRS-
TUVWXYZ1234567890,.,: '""-<=>()
?áéíóú^{ao}!@[/]{|}\$%&

IOWAN OLD STYLE BOLD ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaB-
CDEFGHIJKLMNOPQRS-
TUVWXYZ1234567890,.,: '""-<=>()
?áéíóú^{ao}!@[/]{|}\$%&

IOWAN OLD STYLE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaB-
CDEFGHIJKLMNOPQRS-
TUVWXYZ1234567890,.,: '""-<=>()
?áéíóú^{ao}!@[/]{|}\$%&

IOWAN OLD STYLE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaB-
CDEFGHIJKLMNOPQRS-
TUVWXYZ1234567890,.,: '""-<=>()
?áéíóú^{ao}!@[/]{|}\$%&



USOS RECOMENDADOS

La tipografía Optima por ser la fuente corporativa, puede ser usada en las comunicaciones institucionales. Es la tipografía que se debe aplicar a el nombre de las facultades, que van en el logo.

La Montserrat y la Iowan Old Style, en sus versiones más robustas, se pueden utilizar para crear impacto solo en textos muy cortos. Estas tipografías en sus versiones bold o black no deben ser sobre utilizadas porque saturan nuestras composiciones gráficas. Por tal razón, dichas versiones bold o black recomendamos utilizarlas en títulos muy cortos o detalles en una composición.

La familia de la Helvetica se recomienda usarla en títulos y cuerpos de texto extensos. Use las variedades de esta misma familia. En cuerpo de texto utilizamos la familia de la Helvetica mínimo en nueve puntos, no es muy recomendable usarla por debajo de este tamaño.



USOS INCORRECTOS

Los siguientes son algunos ejemplos de los usos incorrectos de nuestras tipografías:

- No use las tipografías bold como cuerpos de texto muy extensos, o en cantidades que saturen.
- No utilice tipografías script o manuscrita en cuerpos de texto.
- No use las tipografías light con colores muy claros.



El Cobranding

- Presentación
- Sello Vigilada Mineducación en el cobranding
- Logos con Vigilada Mineducación
- Escenarios de Cobranding





Cobranding

PRESENTACIÓN

Es la asociación o unión estratégica de varias marcas para realizar acciones conjuntas con el objetivo de que cada una de ellas aporte su valor diferencial al producto y/o servicio.

ORGANIZADO POR

Universidad Externado de Colombia
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Proimágenes Colombia

PROCOLOMBIA

BOGOCINE36

SIMPOSIO

CINE, LUGARES IMAGINADOS Y TURISMO

22 OCTUBRE | 23 OCTUBRE
7:00 A.M. A 1:00 P.M.

LUGAR
Universidad Externado de Colombia
auditorio edificio I

INFORMACIÓN DEL EVENTO
Para conocer el valor de la inversión para participar en el simposio, la agenda del mismo, y demás información de interés, lo invitamos a consultar la página web de la Universidad.

PROPÓSITO DEL EVENTO

Este encuentro académico brindará a los asistentes la posibilidad de analizar la construcción de los imaginarios turísticos de diferentes lugares a partir del séptimo arte, desde las siguientes perspectivas:

- La construcción de los imaginarios y la proyección de la imagen turística de las ciudades por medio del cine.
- Cine dark tourism y posiblemente lo grotesco, el terror, el misterio y sus vínculos con el dark tourism.
- Lugares míticos, mágicos y de fantasía y sus vínculos con el turismo.
- Visiones futuristas y la proyección de los nuevos lugares turísticos.

MAYORES INFORMES

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Calle 12 n.° 1-17 este, edificio D-408, Bogotá, D.C., Colombia
PBX 3537000 extensiones 1401 - 1405
info_eventocine@uexternado.edu.co

www.uexternado.edu.co

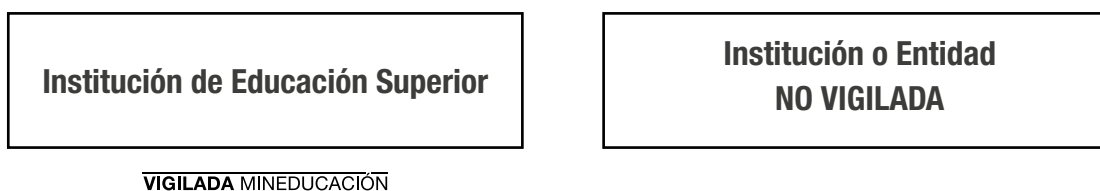
SELLO VIGILADA MINEDUCACIÓN EN EL COBRANDING

Según la resolución 12220 del 20 de junio de 2016, el Ministerio de Educación Nacional establece:

- **Artículo 5°. Piezas publicitarias conjuntas**

Cuando se trate de piezas publicitarias conjuntas, en la cual se incluya a entidades, instituciones u organizaciones que no estén sometidas a inspección y vigilancia del Ministerio de Educación Nacional, la expresión “VIGILADA MINEDUCACIÓN” deberá estar al lado inferior del nombre de la institución de educación superior, como se ilustra a continuación:

El Ministerio de Educación Nacional, en su documento lo explica gráficamente así:



En la práctica quedaría así:

Universidad
Externado
de Colombia
VIGILADA MINEDUCACIÓN

GRANCOLOMBIAGOLD

DESCARGAR



Regresar al
Contenido



LOGOS EXTERNADO CON SELLO VIGILADA MINEDUCACIÓN



DESCARGAR

Regresar al
Contenido

LOGOS EXTERNADO CON SELLO VIGILADA MINEDUCACIÓN



DESCARGAR

Regresar al
Contenido

ESCENARIOS DE COBRANDING

Para lograr una adecuada y sana convivencia de nuestra marca con nuestros aliados estratégicos, hemos determinado los distintos escenarios en los que juntos compartiremos.

LOS ESCENARIOS SON:

ESCENARIO 1

LA UNIVERSIDAD ORGANIZA, OTRA MARCA APOYA

ESCENARIO 2

LA UNIVERSIDAD EN CONJUNTO CON OTRA MARCA ORGANIZAN

ESCENARIO 3

LA UNIVERSIDAD EN CONJUNTO CON OTRA MARCA ORGANIZAN, OTRA MARCA PATROCINA

ESCENARIO 4

OTRA MARCA ORGANIZA Y LA UNIVERSIDAD APOYA

ESCENARIO 5

COBRANDING ENTRE FACULTADES

ESCENARIO 1**LA UNIVERSIDAD ORGANIZA, OTRA MARCA APOYA**

En este escenario, la marca Externado tendrá la ubicación y la proporción dominante dentro de la pieza. El logo estará ubicado en la parte superior izquierda, es decir, abriendo y dominando en el diseño, con una diferencia de proporciones de 100% para el logotipo Externado y 70% máximo para la marca que apoya, la cual deberá estar ubicada en la parte inferior de la pieza gráfica.



ESCENARIO 2

LA UNIVERSIDAD EN CONJUNTO CON OTRA MARCA ORGANIZAN

En este escenario, la marca Externado y la marca que organizan, tendrán la ubicación dominante dentro de la pieza (parte superior). Nuestro logo estará ubicado en la parte superior izquierda, y su aliado al lado derecho de este; es decir, Externado abriendo y dominando en el diseño, todos los logotipos en igualdad de tamaño.



ESCENARIO 3

LA UNIVERSIDAD EN CONJUNTO CON OTRA MARCA ORGANIZAN, OTRA MARCA PATROCINA

En este escenario, la marca Externado y las marcas que organizan, tendrán la ubicación dominante dentro de la pieza (parte superior). Nuestro logo estará ubicado en la parte superior izquierda, y sus aliados al lado derecho de este; es decir, abriendo y dominando en el diseño, todos los logotipos en igualdad de tamaño.

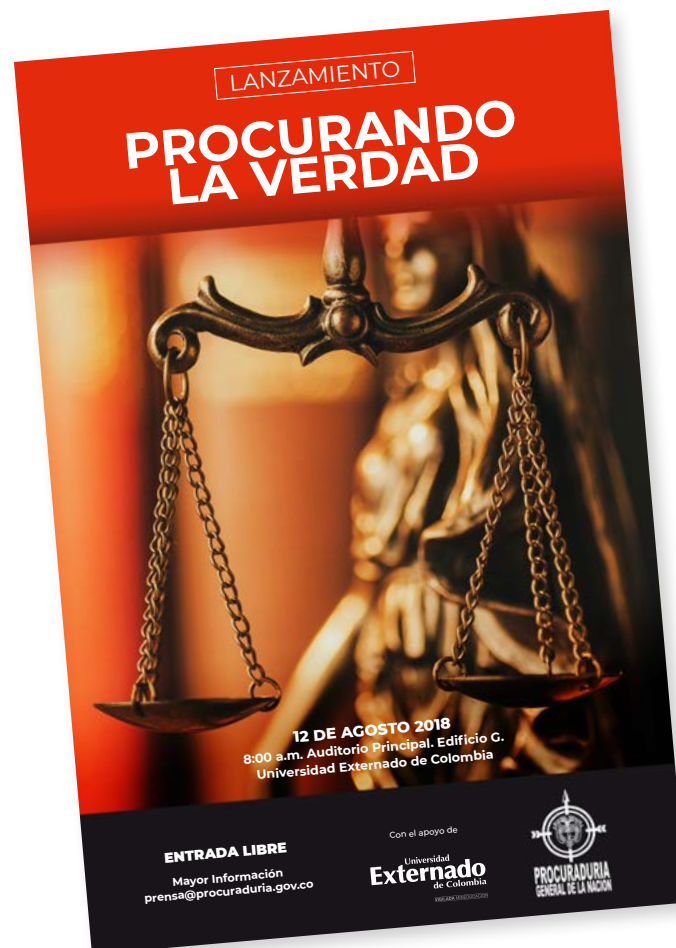
La marca o las marcas patrocinadoras deben estar ubicadas en la parte inferior de la pieza en una proporción de tamaño de aproximadamente el 60%.



ESCENARIO 4

OTRA MARCA ORGANIZA Y LA UNIVERSIDAD APOYA

En este escenario donde la marca Externado apoya y el socio organiza, es decir, es dominante, este sirve de apoyo y/o respaldo a nuestra marca Externado, la cuál se ubicará al lado izquierdo del dominante con una proporción de tamaños de 100% dominante y 70% para nuestra marca Externado, cuando apoyamos.



ESCENARIO 5

COBRANDING ENTRE FACULTADES

Este escenario es útil cuando son dos facultades de la Universidad Externado que desarrollan un programa mancomunadamente. El logo Externado debería estar ubicado arriba en el centro de la pieza, y aparte, en el costado inferior derecho, deberá decir el texto “UN PROGRAMA DE” luego deberán firmar ambas facultades, conservando las mismas características en el estilo tipográfico y tamaño, es decir, nombre de la facultad en mayúscula sostenida, tipografía Optima bold, en color Pantone 3435.

Universidad Externado de Colombia
125 Años

MAESTRÍA EN Comunicación y Gestión Deportiva

¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!
Primer posgrado en Colombia que combina la comunicación, gestión y deporte, buscando responder a las necesidades de formación en competencias de alta calidad que el sistema deportivo colombiano demanda en la actualidad.

El deporte, como un complejo fenómeno cultural producto de un entramado de contextos morfológicos, fisiológicos, psicológicos, sociales, políticos, económicos y culturales

La comunicación estratégica y la información deportiva como ramas especializadas de la comunicación y el periodismo

La gestión deportiva como un enfoque particular de estudio proveniente de la economía y la administración

4 SEMESTRES
SNIES 109133 - Resol. MEN 015846
Modalidad presencial en Bogotá
Clases lunes, martes y miércoles de 5 a 9 p.m.

UN PROGRAMA DE

Comunicar la gestión y gestionar la comunicación en el deporte

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

Contáctenos via WhatsApp Solicite información aquí

CONTACTO comunicacionygestiondeportiva@uexternado.edu.co
Teléfono (1) 341 99 00, exts. 4301 a la 4309 www.uexternado.edu.co

Medios Digitales y Redes Sociales

- Presentación
- Recomendaciones Generales
- Recomendaciones Perfil
- Recomendaciones Portada





4k

5k

11

UEC

2.966 reproducciones

#DatoUEC
Interactivo son los nuevos servicios de la App UEC
estoy facilitando las actividades académicas de la
comunidad externadista. Conoce de más se tratan y
disfrútalos activando la App en tu celular.

Ver los 4 comentarios

lauraramos28 Estás en AppStore? No la encontré
@lauraramos28 Buenos días
apreciata Laura, para activar la App presiona desde
tu celular al siguiente enlace: <http://app.uec.edu.ec>
menú principal.

17 de febrero · Ver traducción

Medios Digitales y Redes Sociales

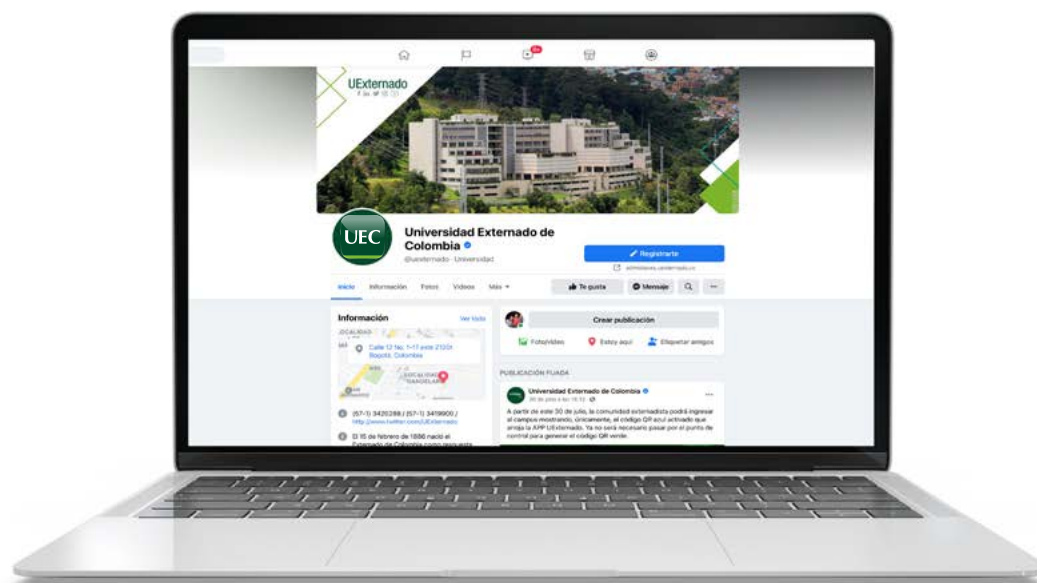
PRESENTACIÓN

La comunicación en ambientes digitales ha ido ganando importancia a lo largo de los últimos años, debido a su gran eficacia, ya que permite compartir información de un modo mucho más rápido y eficaz que otros métodos de comunicación tradicionales. A raíz de esto, nos permite ofrecer al público información actualizada en todo momento.

Las normas que rigen que el uso de nuestra marca en los medios digitales, son en su mayoría los mismos principios que ya hemos comentado en el presente manual, esto nos permite ser coherentes con todo el manejo de nuestra marca.

Recomendaciones para la foto de perfil recomendamos mantener siempre la marca compacta UEC. **Recomendaciones para la foto de portada**, se recomienda siempre el uso de fotografías propias, pueden ser de nuestro banco de imágenes, instalaciones, jardines, etc.

Verifique siempre que las imágenes sean de buena calidad, no utilice fotos pixeladas, o fotografías de las cuales no dispongamos de los derechos de autor.

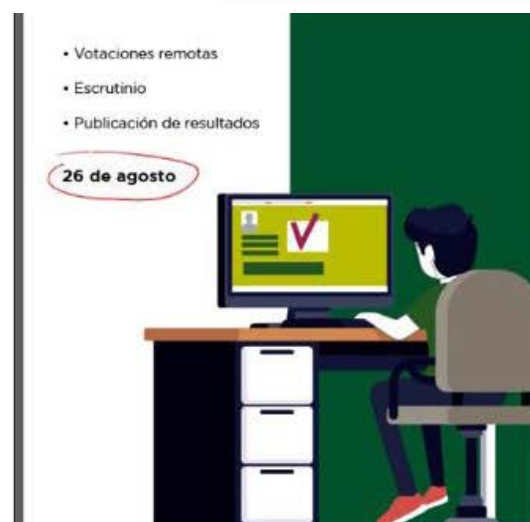


DESCARGAR



Regresar al
Contenido

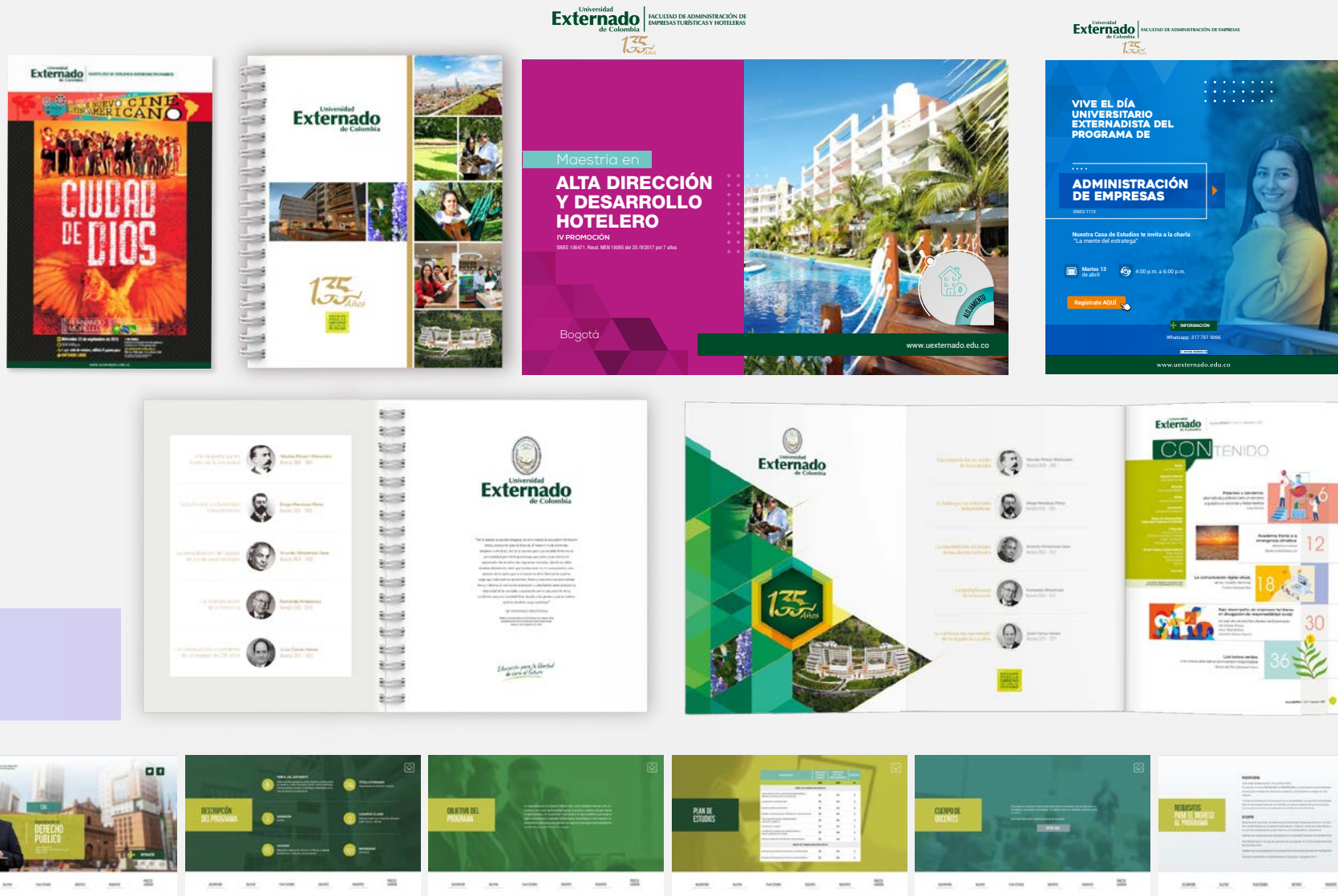


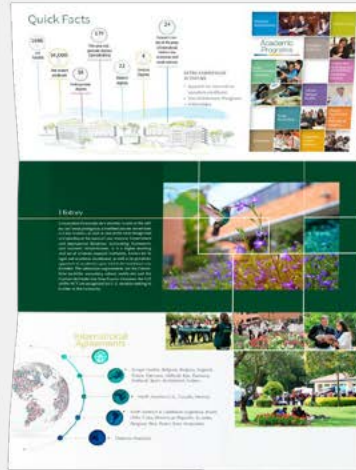
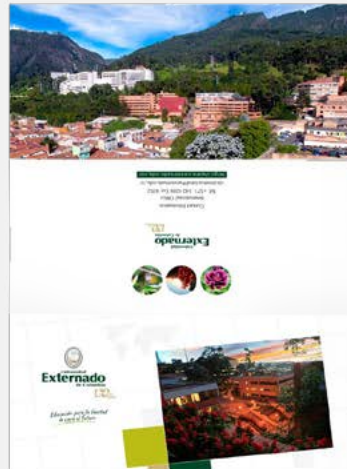


Muestras Gráficas









The top row features three circular infographics. The first, titled 'Privilegio', shows a group of people. The second is a colorful wheel with various icons and text. The third, 'Programas a la Vanguardia', lists various academic programs. To the right is a flyer for 'Especialización en Gerencia de Recursos Humanos' featuring a man and a woman looking at a document. The flyer includes the text: 'Formamos especialistas que se apoyan en los conocimientos y herramientas para desempeñarse profesionalmente como gerentes de gestión humana.' and '¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!'. It also lists benefits like 'Excelencia académica', 'Emprendimiento', and 'Vajes y eventos culturales'.

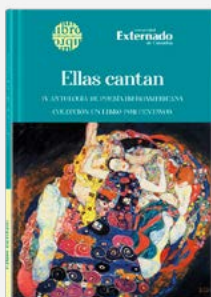
This section contains three informational panels. The first, 'Mestría en Administración de Empresas', shows a man and a woman in a meeting. The second, 'Diferenciadores', lists key features of the program with icons. The third, 'Pensum', is a table detailing the curriculum structure, including subjects and credits for each semester.

A flyer titled 'Una mente inquieta' featuring a man sitting on a chair with a glowing brain above his head. The text reads: 'En la Facultad de Administración de Empresas nuestro primer requisito: **Una mente inquieta**'. It lists '1 doctorado', '8 maestrías', '9 especializaciones', and '2 programas de alta gerencia'. Contact information for 'programas.fae@externado.edu.co' is provided.

A flyer with a city skyline and a person walking on a bridge. The text says: 'Tienes 0 temas para escoger tu maestría y determinar cuál puede ser tu futuro profesional'. It lists '1 doctorado', '8 maestrías', and '9 especializaciones', plus '2 programas de alta gerencia'. Contact information for 'programas.fae@externado.edu.co' is provided.

A flyer titled 'ESPECIALIZACIONES' showing a circular diagram of various specialization programs. The central text says 'INSCRIPCIONES ABIERTAS'. The diagram includes categories like 'EN BARRANQUILLA', 'EN CARTAGENA', 'EN BOGOTÁ', 'EN NEIVA', 'EN CALI', and 'EN MEDALLA'. It also mentions 'MAESTRÍAS EN DERECHO'.

A flyer titled 'MAESTRÍAS EN DERECHO BOGOTÁ' with a circular diagram of law programs. The central text says 'MAESTRÍAS EN DERECHO BOGOTÁ' and 'Modalidad Presencial Duración 2 años'. It lists various law specialties like 'MAESTRÍA EN DERECHO DEL TRABAJO', 'MAESTRÍA EN DERECHO ECONÓMICO', 'MAESTRÍA EN DERECHO PRIVADO PERSONAL Y CUOTIDIANO', 'MAESTRÍA EN DERECHO PÚBLICO', 'MAESTRÍA EN DERECHO Y FISCALÍA', and 'MAESTRÍA EN DERECHO INTERNACIONAL'.



contaduría contaduría contaduría contaduría
economía economía economía economía
ciencias sociales ciencias sociales ciencias sociales
finanzas finanzas finanzas finanzas
patrimonio cultural patrimonio cultural patrimonio cultural
derecho derecho derecho derecho
administración administración administración administración
hotelería hotelería hotelería hotelería
comunicación comunicación comunicación comunicación
contaduría contaduría contaduría contaduría



Universidad
Externado
de Colombia

Calle 12 N.º 1-17 este
PBX (57-1) 353 7000, 341 9900, 342 0288
Bogotá - Colombia

VIGILADA MINEDUCACIÓN

www.uexternado.edu.co

Regresar al
Contenido 