

Manual Institucional
de Identidad Corporativa

Universidad de Salamanca

2021 | Actualización marzo 2022

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Carta del Sr. Rector

La creación de este nuevo manual de identidad corporativa tiene como principal objetivo dar a conocer el rediseño de la identidad gráfica de la Universidad de Salamanca y promover el uso de una marca común entre todas las facultades, escuelas y servicios de la Universidad.

El proceso de rediseño de la identidad gráfica de la Universidad de Salamanca pretende contribuir a la consolidación de una imagen fuerte y duradera, que esta marcada por la tradición de ocho siglos pero que refleja, al mismo tiempo, el proceso de transformación digital vivido a lo largo de estos últimos años y su proyección para el futuro.

Conocer y respetar todos los elementos de la identidad visual de nuestra universidad es esencial para ofrecer una imagen coherente con los valores y la cultura institucional de la Universidad de Salamanca y para intensificar la cohesión de toda la comunidad universitaria, favoreciendo el sentimiento de pertenencia.

La unificación de todos los elementos visuales mejora el reconocimiento de la institución en todos los contextos, contribuyendo, entre otros aspectos, a mejorar el crecimiento y la proyección internacional de nuestra universidad.

En este sentido, este manual proporciona una información detallada que permitirá un uso correcto de la imagen de la Universidad de Salamanca. Agradecemos a la comunidad universitaria que colabore en la aplicación de los elementos de la identidad visual de nuestra institución.

Índice general

Introducción	04
1 UNIVERSIDAD DE SALAMANCA	
1.1 SIMBOLOGÍA	08
1.2 APLICACIONES BÁSICAS (papelería)	43
1.3 APLICACIONES ONLINE (email, redes sociales, estilos motion grapchis)	58
1.4 APLICACIONES PUBLICITARIAS	72
1.5 APLICACIONES EDITORIALES	91
2 FACULTADES Y ESCUELAS, SERVICIOS UNIVERSITARIOS, DEPARTAMENTOS Y GRUPOS DE INVESTIGACIÓN	
2.1 SIMBOLOGÍA	104
2.2 APLICACIONES BÁSICAS (papelería)	123
2.3 APLICACIONES ONLINE (web, redes sociales, email, presentaciones)	155
2.4 APLICACIONES GENERALES (merchandising)	189
2.5 APLICACIONES PUBLICITARIAS	204
2.6 SEÑALÉTICA	239
Dudas y consultas	271

Introducción

El rediseño de la identidad corporativa de la Universidad de Salamanca pretende unificar la marca USAL en todas las facultades, centros y servicios de la Universidad de Salamanca. Esta unidad visual tiene también como objetivo promover la cultura institucional y los valores de la Universidad de Salamanca en el ámbito interno y externo de la Institución.

El uso uniforme de los elementos visuales de la Universidad de Salamanca facilitará el reconocimiento de la institución en todos los contextos y mejorará su visibilidad a través de todas las actuaciones de cada área de la USAL.

Es fundamental que los elementos básicos de la identidad (marca, color y tipografía) estén presentes en todas las aplicaciones institucionales, a fin de favorecer la construcción y el mantenimiento de la marca USAL.

En este manual se recogen los elementos constitutivos de la Identidad Visual de la Universidad de Salamanca y sus normas de aplicación. Para facilitar su cumplimiento, se han creado recursos digitales disponibles para su descarga en la Web de la Universidad. Este documento se constituye como referencia fundamental sobre normas gráficas de la Universidad de Salamanca.

El sistema gráfico de la Universidad de Salamanca

Tras la finalización del VIII Centenario de la Universidad de Salamanca, la Universidad de Salamanca se plantea la necesidad de actualizar su imagen gráfica para adecuarla a las nuevas necesidades comunicativas. En la actualidad, la comunicación institucional debe ser lo suficientemente flexible, desde el punto de vista gráfico, para que no pierda su identidad en la infinidad de formatos y entornos a los que debe adaptarse, especialmente en el digital.

El primer paso para conseguir una unidad gráfica es comprender que una marca va más allá de su logotipo. La identidad visual de una marca, y en especial en marcas con desarrollos gráficos tan extensos como el de la Universidad de Salamanca, es también sus tipografías, colores, composiciones, estilos pictográficos y fotográficos, mensajes, etc. En la actualidad, la identificación visual de una marca no puede consistir exclusivamente en la incorporación de su imagotipo, debe ser un sistema gráfico que se rija por una normativa flexible que permita adaptar su identidad corporativa a cualquier medio o producto final. Este concepto es especialmente relevante para comprender y aplicar toda la normativa recogida en este documento.

Debido a la complejidad de nuestra institución, la imagen gráfica a menudo corre el riesgo de quedar diluida entre las numerosas marcas, iconos y recursos gráficos creados para cada tipo de Facultad, áreas, servicio, proyecto, etc. Con frecuencia se detecta una carencia de unidad gráfica institucional, que en ocasiones relega la referencia a la Universidad de Salamanca a un segundo plano.

Cabe destacar también la gran variedad de siglas existentes que hacen referencia a titulaciones, proyectos, servicios, etc. que no se rigen por los elementos gráficos institucionales y acaban provocando ciertas confusiones, especialmente en el contexto externo a la Universidad. Este manual pretende hacer frente a esa multiplicidad de marcas.

La trayectoria y buen hacer de la Universidad de Salamanca son indiscutibles, pero la representación de su identidad visual puede representar con más solidez la cultura institucional de la Universidad. Una universidad centenaria e internacional como la USAL debe cuidar con esmero la comunicación desde todas las ópticas y muy especialmente, el aspecto gráfico, pues es un elemento estratégico para la proyección exterior de la Institución.

La marca Universidad de Salamanca debe estar en consonancia con el proceso de transformación vivido por la sociedad y ser capaz de adaptarse a los nuevos formatos y dispositivos, respondiendo a las necesidades del público objetivo. En los últimos años la mayoría de las marcas han realizado un rediseño de su identidad corporativa para hacer frente a nuevas necesidades comunicativas, derivadas del nuevo paradigma de comunicación y las nuevas formas de consumir información. Para ello, debe desarrollarse un ecosistema gráfico que represente correctamente los valores identitarios y eliminando la complejidad de la marca para facilitar su reconocimiento en cualquier entorno.

Con el proceso de rediseño los recursos gráficos identificativos de las marcas se han multiplicado, disminuyendo la complejidad para facilitar su reconocimiento por parte del público. Este es el mismo principio que ha guiado el proceso de rediseño de la marca Universidad de Salamanca.

Precisamente, en el caso de nuestra universidad la historia y la trayectoria de más de 800 años debe ser siempre la esencia de su imagen en el entorno de la Educación Superior y así debe quedar reflejado visualmente.

En este sentido, los componentes gráficos que constituían la marca se han separado y se plantean representaciones en las que puede utilizarse la composición tradicional (escudo y texto), representaciones en las que sólo aparece el escudo o que únicamente represente el texto *Universidad de Salamanca*. Estos elementos, estarán siempre acompañados por otros recursos gráficos identificativos de la institución como los colores y tipografías oficiales con los que se consigue la unidad gráfica institucional y un claro reconocimiento de la marca en cualquier contexto.

1 | Universidad de Salamanca

1.1 | Simbología

Este apartado se centra en el desarrollo compositivo y estructural de los elementos que componen la marca de la Universidad de Salamanca.

Como se explica con anterioridad, este documento recoge todos los recursos gráficos y normativos que conforman la marca y pretender promover un uso correcto de la misma en todas sus aplicaciones: versiones cromáticas, estructura geométrica, tamaños mínimos de reproducción, distancias mínimas a respetar entre diferentes marcas, etc.

Además, se incluye una descripción pormenorizada de la familia tipográfica oficial de la Universidad de Salamanca, sí como los colores corporativos permitidos, haciéndose especial hincapié en los usos debidos e indebidos, a los cuales el usuario debe prestarle una mayor atención para cuidar y respetar en todo momento el uso adecuado a la hora de aplicarla en diferentes soportes.

En caso de necesitar algún tipo de aclaración adicional, se aconseja continuar con la lectura del documento, en el que el usuario podrá encontrar ejemplos variados de diferentes problemáticas que pueden surgir y, junto con las posibles soluciones.

1.1.I ELEMENTOS IDENTIFICADOS INSTITUCIONALES	
Marca	10
Logotipo	11
Escudo intitucional	12
1.1.II VERSIONES MONOCROMÁTICAS	13
1.1.III CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA	14
1.1.IV REPRODUCCIÓN SOBRE CUADRÍCULA	17
1.1.V TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN	20
1.1.VI DISTANCIAS MÍNIMAS	23
1.1.VII USOS DEBIDOS	25
1.1.VIII USOS INDEBIDOS	30
1.1.IX RECURSOS GRÁFICOS	
Familias tipográficas	35
Paleta cromática	39
Estilo pictográfico	41

1.1.I | MARCA

A continuación se muestra el imagotipo institucional de la Universidad de Salamanca. En él se recogen todos los aspectos gráficos identificativos de la institución: escudo, el logotipo y los colores corporativos gris y rojo.

Se apuesta por una composición horizontal en la que el escudo y el logotipo quedan equilibrados proporcionalmente para una mejor visualización del conjunto. Para un uso adecuado del mismo se recomienda ver las secciones “Usos debidos” y “Usos indebidos” de este apartado.



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

1.1.I | LOGOTIPO

Dentro de este rediseño de la comunicación gráfica de la Universidad de Salamanca, cobra especial importancia su logotipo. Es la representación escrita del nombre Universidad de Salamanca compuesto en tipografía Universitas Studii Salamantini. Se utiliza tanto como cabecera de las marcas de sus diferentes centros y unidades organizativas o como firma de todas las comunicaciones gráficas de la institución. Su reconocimiento por parte del público es tal que no es necesario incluir ningún elemento más para su identificación.

Para un uso adecuado del mismo se recomienda ver las secciones “Usos debidos” y “Usos indebidos” de este apartado.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

1.1.I | ESCUDO

El escudo de la Universidad de Salamanca es de gran complejidad gráfica. Sus elementos han sido retocados equilibrando pesos compositivos y reduciendo las proporciones de rasgos secundarios para la obtención de una mayor legibilidad compositiva del mismo.

Su potencia gráfica y su reconocimiento por parte del público son tan amplios que puede ser utilizado como firma de cualquier elemento comunicativo sin la necesidad de utilizarlo en tamaños grandes.

Para un uso adecuado del mismo se recomienda ver las secciones “Usos debidos” y “Usos indebidos” de este apartado.



1.1.II | VERSIONES MONOCROMÁTICAS

Cualquier rasgo identificativo de una marca debe considerar la opción de su reproducción en una sola tinta.

Aquí se muestran las dos versiones de la marca, monocromática en gris y monocromática en blanco.

Para un uso correcto de las mismas, se recomienda leer las secciones “Usos debidos” y “Usos indebidos” de este apartado.



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

VNiVERSiDAD D SALAMANCA



1.1.III | CONTRUCCIÓN GEOMÉTRICA (marca)

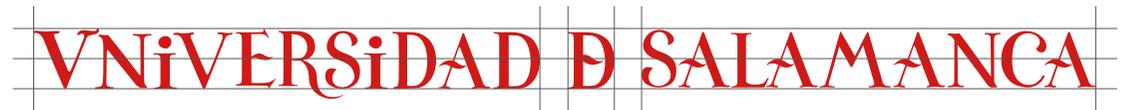
Toda marca debe poder ser reproducida dentro de una estructura geométrica, de tal forma que cualquier tipo de público pueda reconocerlo al instante.

La estructura horizontal de la marca Universidad de Salamanca está compuesta por dos grande bloques, un cuadrado que recoge el escudo y un rectángulo cuya altura es idéntica a la superficie interior del escudo, quedando los pesos visuales compositivamente equilibrados, centrados en su eje horizontal.



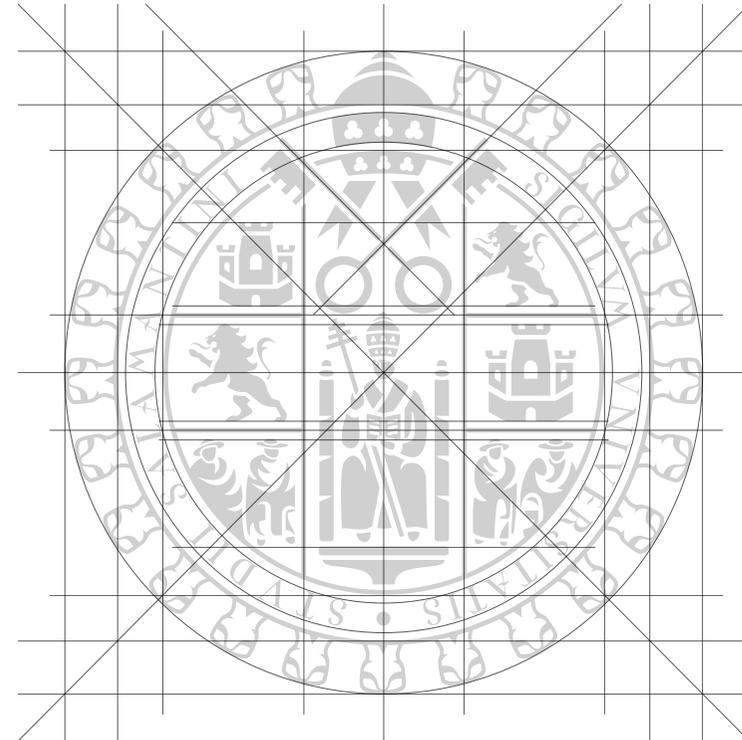
1.1.III | CONTRUCCIÓN GEOMÉTRICA (logotipo)

La estructura horizontal del logotipo Universidad de Salamanca está compuesta por dos bloques que contienen el texto Universidad, por un lado y el texto de Salamanca por otro. Un potente eje horizontal marca la altura de los rasgos más identificativos de los caracteres, fijando la atención en el centro.



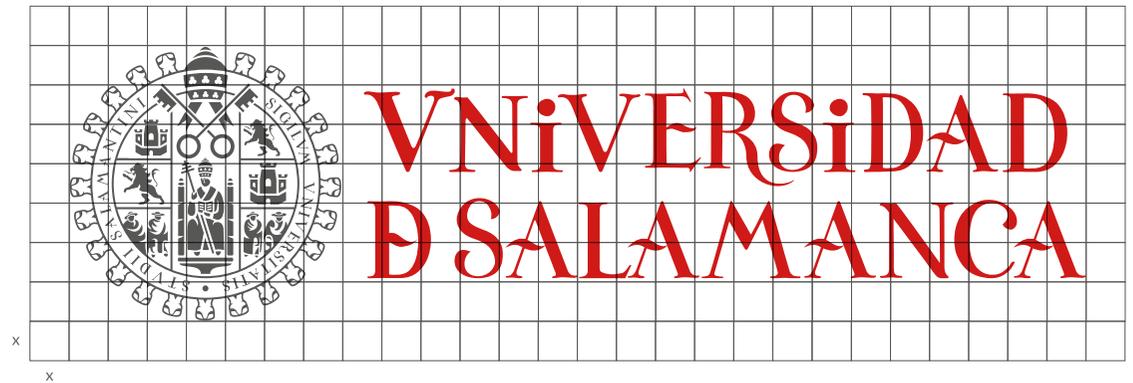
1.1.III | CONTRUCCIÓN GEOMÉTRICA (escudo)

Una circunferencia perfecta circunscribe el escudo de la Universidad de Salamanca. Su interior se divide en tres áreas verticales en las que se distribuyen los diferentes componentes, buscando referencias físicas reales en su distribución y favoreciendo un equilibrio total. En recursos tan complejos los espacios en blanco son importantísimos para su reproducción en tamaños mínimos. Con la limpieza de sus trazos y la reducción de tamaño en rasgos de inferior nivel, se obtiene una reproducción más limpia en una amplia variedad de soportes y tamaños.



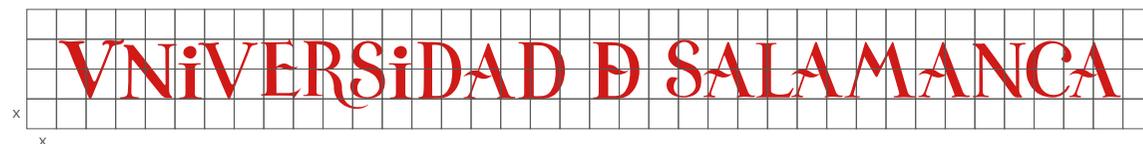
1.1.IV | REPRODUCCIÓN CUADRÍCULA (marca)

La reproducción sobre cuadrícula es otra de las fórmulas de composición geométrica y detallada de la estructura de la marca. En este caso, el rectángulo formado por la marca tiene unas medidas de 26x * 7x.



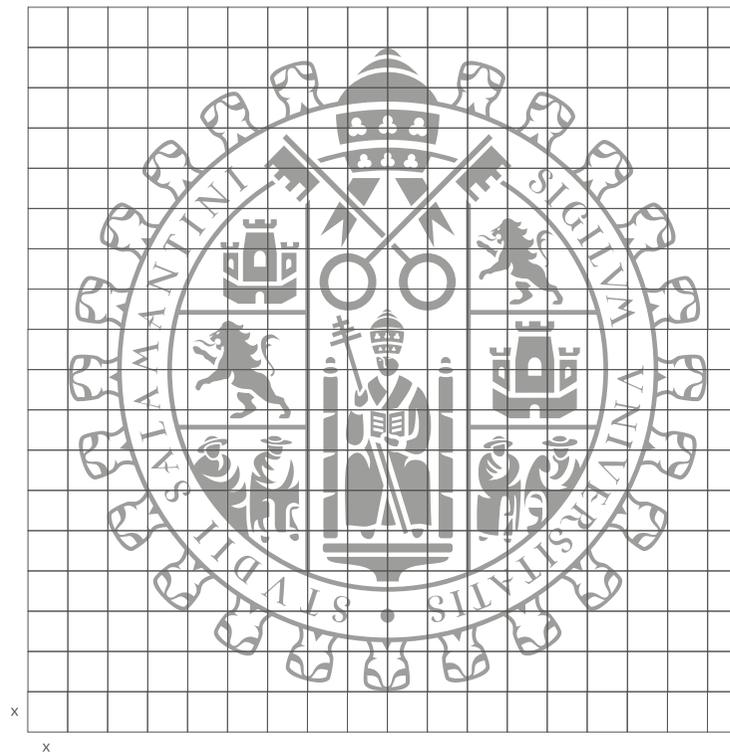
1.1.IV | REPRODUCCIÓN CUADRÍCULA (logotipo)

En el caso del logotipo de la Universidad de Salamanca, el rectángulo formado tiene unas medidas de $36x * 2x$.



1.1.IV | REPRODUCCIÓN CUADRÍCULA (escudo)

En el caso del escudo, el cuadrado formado tiene unas medidas de $16x * 16x$.



1.1.V | TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN (marca)

El valor mínimo de reproducción permitido para la marca Universidad de Salamanca es: **15mm de altura o 57px**, siempre y cuando se asegure una visualización de calidad debido a la complejidad de los elementos del escudo.

Por debajo de ese tamaño, no se asegura una legibilidad óptima de todos sus elementos, perdiendo la identidad del mensaje



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

15mm | 57px

1.1.V | TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN (logotipo)

En el caso del logotipo las medidas mínimas de reproducción es: 3mm de altura o 12px. Por debajo de ese tamaño, no se asegura una legibilidad óptima de todos sus elementos, perdiendo la identidad del mensaje

VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA

VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA

VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA

VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA  3mm | 12px

1.1.V | TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN (escudo)

El valor mínimo de reproducción permitido para el escudo corresponde con el de la marca:

15mm de altura o 57px.

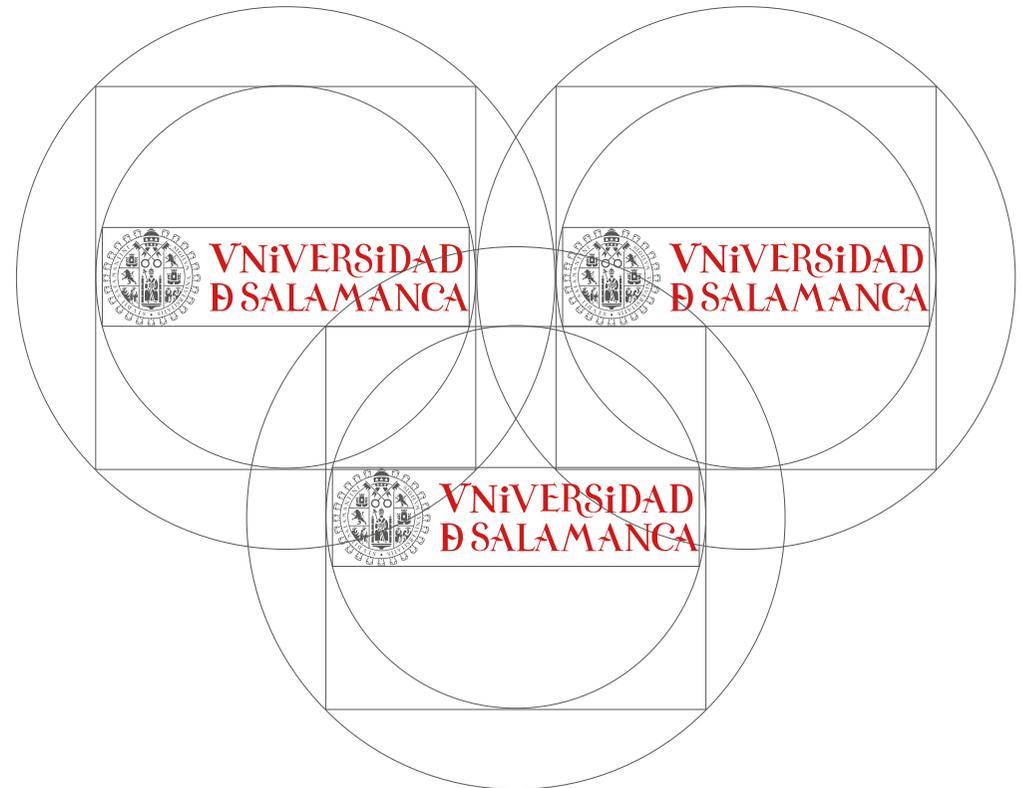
Por debajo de ese tamaño, no se asegura una legibilidad óptima de todos sus elementos, perdiendo la identidad del mensaje



15mm | 57px

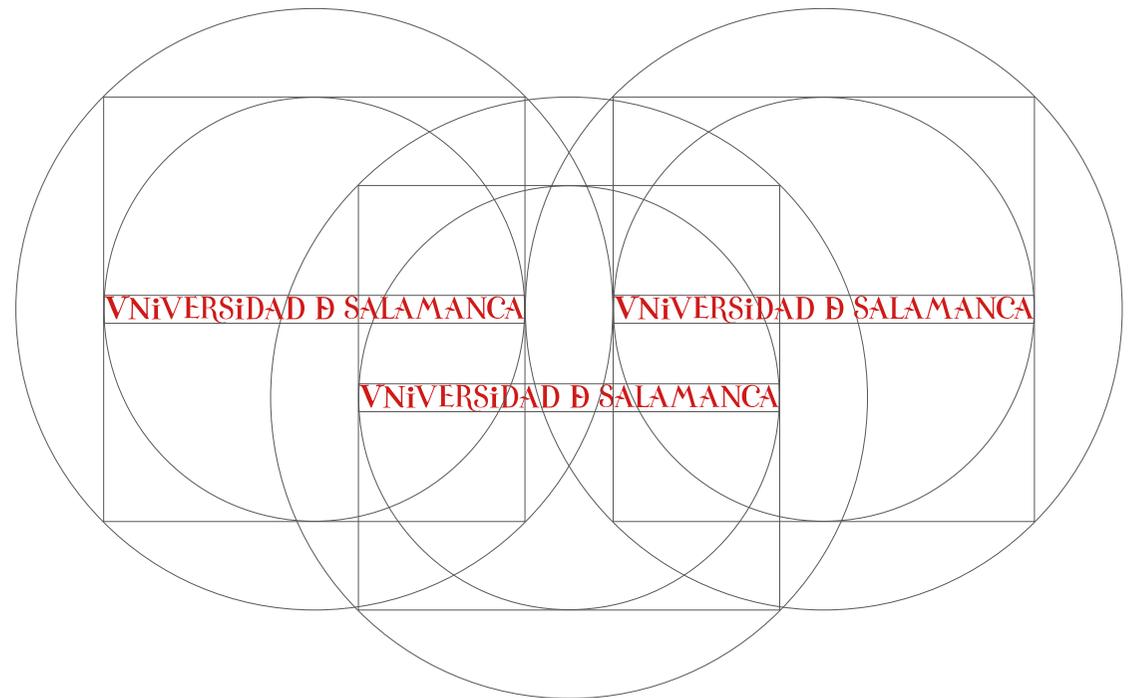
1.1.VI | DISTANCIAS MÍNIMAS (marca)

Para averiguar la distancia mínima que debe respetarse en un conjunto junto a la marca Universidad de Salamanca se recomienda trazar el rectángulo contenedor de la misma, sacar un círculo que lo contenga, un cuadrado que contenga a ese mismo círculo y así se obtendrá la distancia vertical que debe respetarse. Para obtener la distancia horizontal, el último cuadrado se contendrá en un círculo, y esa distancia interior es la distancia mínima horizontal que debe respetarse entre marca y marca.



1.1.VI | DISTANCIAS MÍNIMAS (logotipo)

Para obtener las distancias que deben respetarse en un conjunto de logotipos junto al de la Universidad de Salamanca se traza su rectángulo contenedor, se saca un círculo que lo contenga, un cuadrado que contenga a ese mismo círculo y un último cuadrado contenido en otro círculo, obteniendo así las distancias mínimas verticales y horizontales.



1.1.VII | USOS DEBIDOS

Junto a todo lo anterior, el uso correcto de una marca es una de las claves para una legibilidad óptima y una unidad gráfica corporativa.

En el caso del uso de la marca, logotipo y escudo de la Universidad de Salamanca, junto a los colores corporativos, se permite:

- Uso de las versiones principales y su versiones cromáticas en escalas de grises sobre fondo blanco.
- Sobre fondos de color Rojo Vitor, Gris aluminio o Azul VIII Centenario, se recomienda el uso de la versión monocromática invertida, es decir, en blanco.

USOS CROMÁTICOS PERMITIDOS SOBRE LOS COLORES INSTITUCIONALES



USOS CROMÁTICOS SOBRE LA ESCALA DE GRISES



- En fondos en tonalidades grises, desde el gris oscuro (negro al 80%) hasta el gris medio/claro (negro al 35%), se debe utilizar la versión monocromática invertida, en blanco.
- Desde el gris claro/medio (negro al 30%) hasta el gris claro (negro al 15%), se debe utilizar la versión monocromática.
- Desde el gris claro (negro al 10%) hasta el blanco, se permite el uso de la versión principal de la marca, ya que la tonalidad del fondo es tan leve que el color institucional Rojo Vitor no pierde legibilidad.

* Ésto es aplicable a la marca, logotipo y escudo de la Universidad de Salamanca.

USOS CROMÁTICOS SOBRE TONALIDADES OSCURAS



USOS CROMÁTICOS SOBRE TONALIDADES CLARAS



USOS CROMÁTICOS SOBRE IMÁGENES Y TEXTURAS



UBICACIÓN DE LA MARCA EN UN DOCUMENTO



Se podrá ubicar en ambas esquinas superiores, siempre que sea imprescindible su ubicación en la parte superior. Tamaño: 1/3 de la superficie horizontal, sin contar márgenes y sangrados.

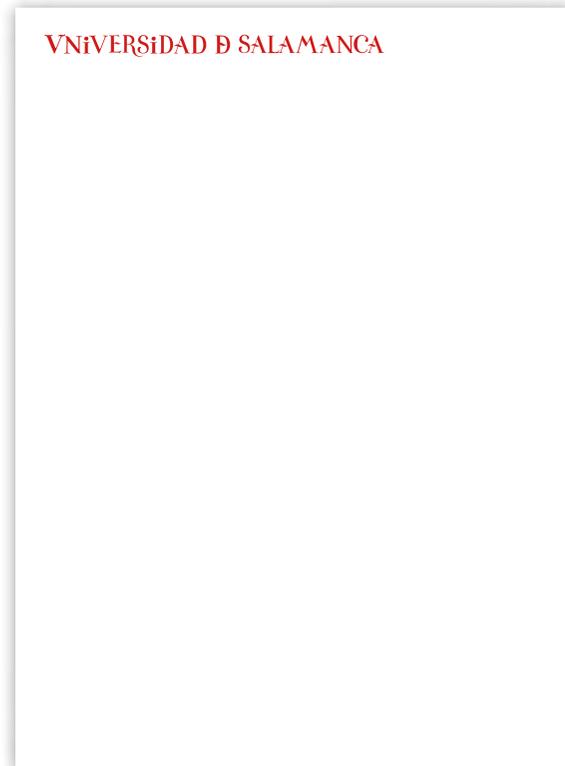


Cuando la marca Universidad deba ubicarse en la parte inferior se podrá colocar alineado en ambos laterales. Mismo tamaño. Tamaño: 1/3 de la superficie horizontal, sin contar márgenes y sangrados.

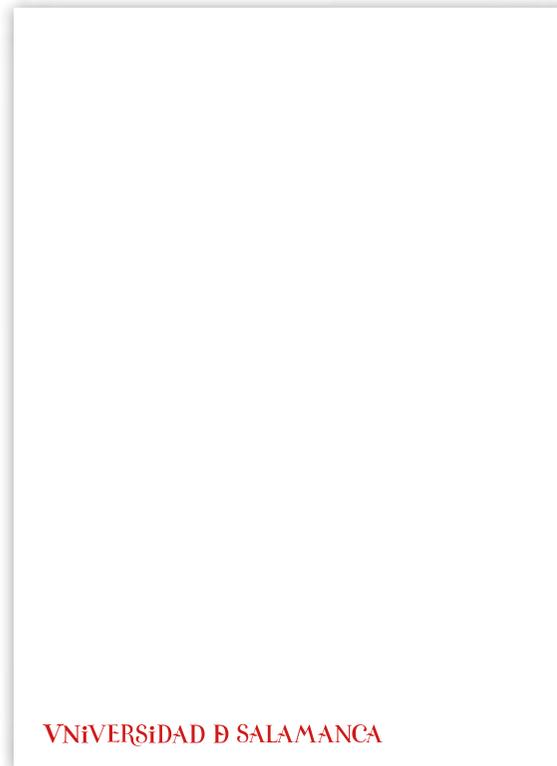


Si la composición está justificada toda la centro, la marca Universidad de Salamanca se justificará de la misma manera, seleccionando la ubicación superior e inferior dependiendo de su importancia dentro del mensaje. Mismo tamaño.

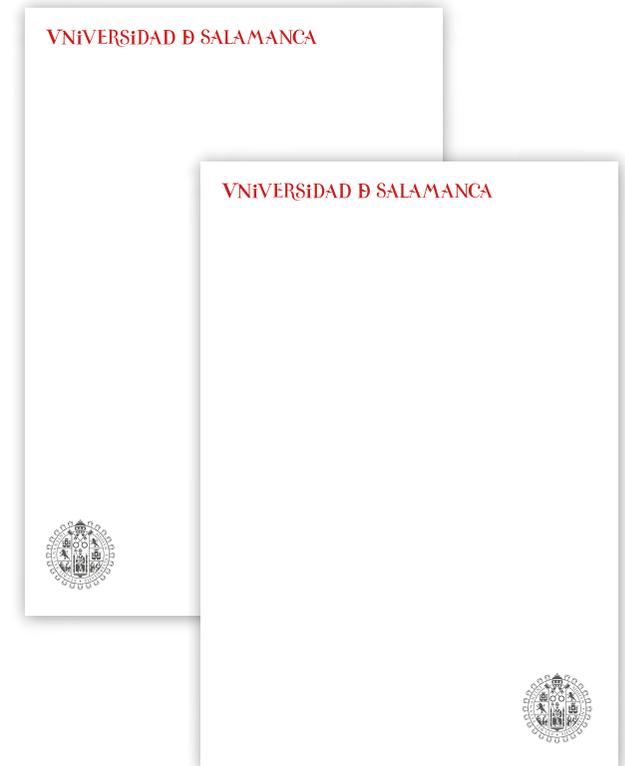
UBICACIÓN DEL LOGOTIPO EN UN DOCUMENTO



Se ubicará en la esquina superior izquierda, siempre que el elemento principal del mensaje sea la marca. Tamaño: 2/3 de la superficie horizontal, sin contar márgenes y sangrados.



Cuando el mensaje principal sea la promoción de un evento, de la índole que sea, el logotipo Universidad se mantendrá en la esquina inferior izquierda, a modo de firma del documento.



Cuando sea necesaria la convivencia de logotipo y escudo se evitará su ubicación en el mismo eje horizontal.

1.1.VIII | USOS INDEBIDOS

Modificaciones no permitidas:

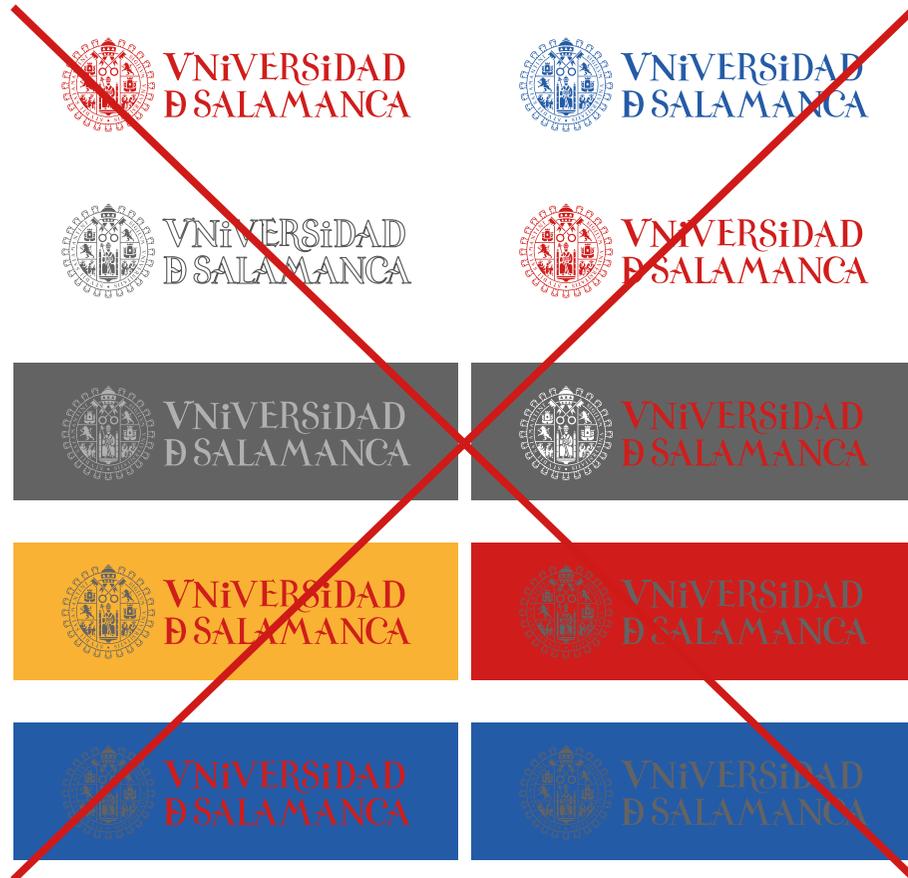
- Variaciones cromáticas diferentes a las contempladas en este Manual.
- Alteraciones de la composición de los elementos.
- Inclusión de otra tipografía ajena a la Vitor.
- Modificaciones del orden de lectura de los elementos.
- Modificaciones de las proporciones de sus elementos compositivos.
- Cualquier otra variación que no esté recogida en este Manual como Usos debidos.

** En caso de que el producto a desarrollar no permita el uso debido de la marca, por favor, consulte su uso al email o extensión incluidos en la penúltima página del documento.*

USOS COMPOSITIVOS NO PERMITIDOS DE LA MARCA, LOGOTIPO Y ESCUDO



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS
SOBRE LOS COLORES INSTITUCIONALES



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS SOBRE LA ESCALA DE GRISES



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS SOBRE TONALIDADES OSCURAS



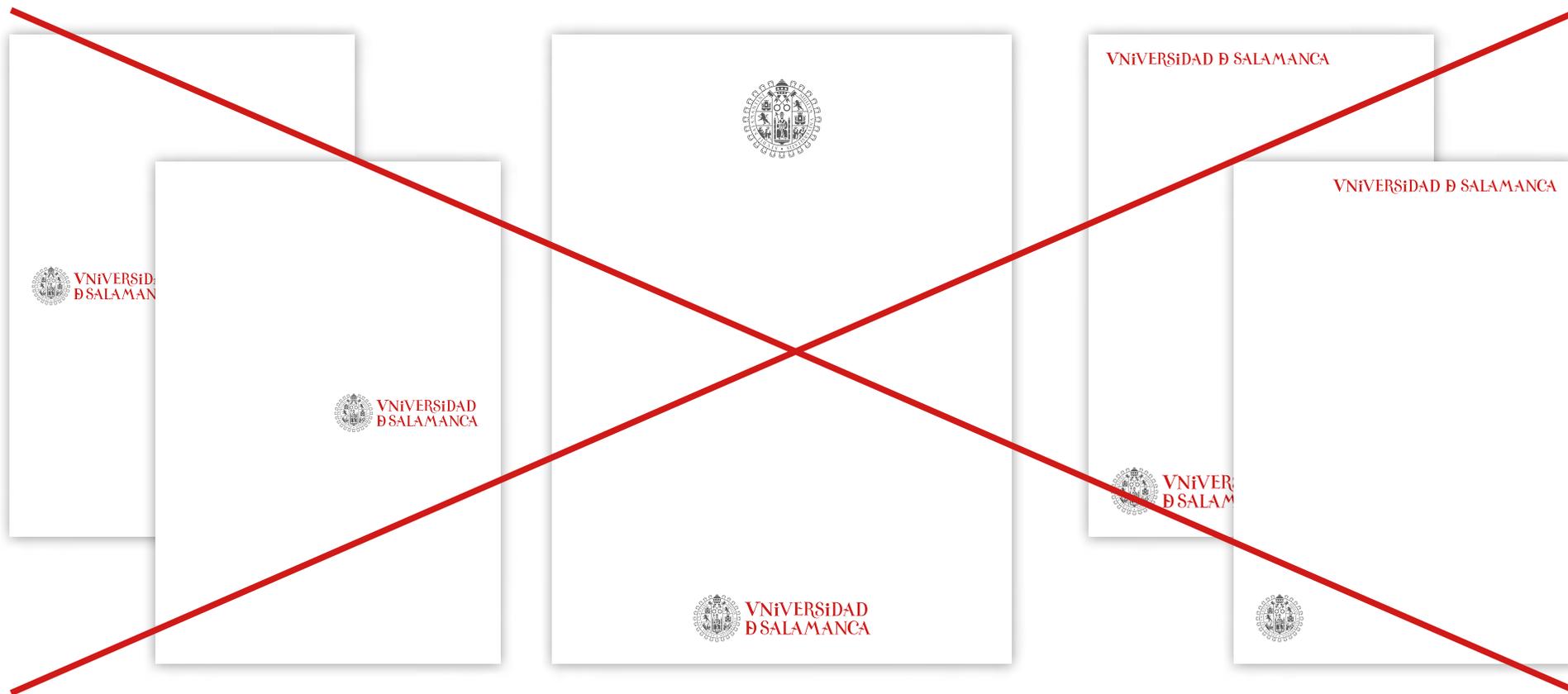
USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS TONALIDADES CLARAS



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS IMÁGENES Y TEXTURAS



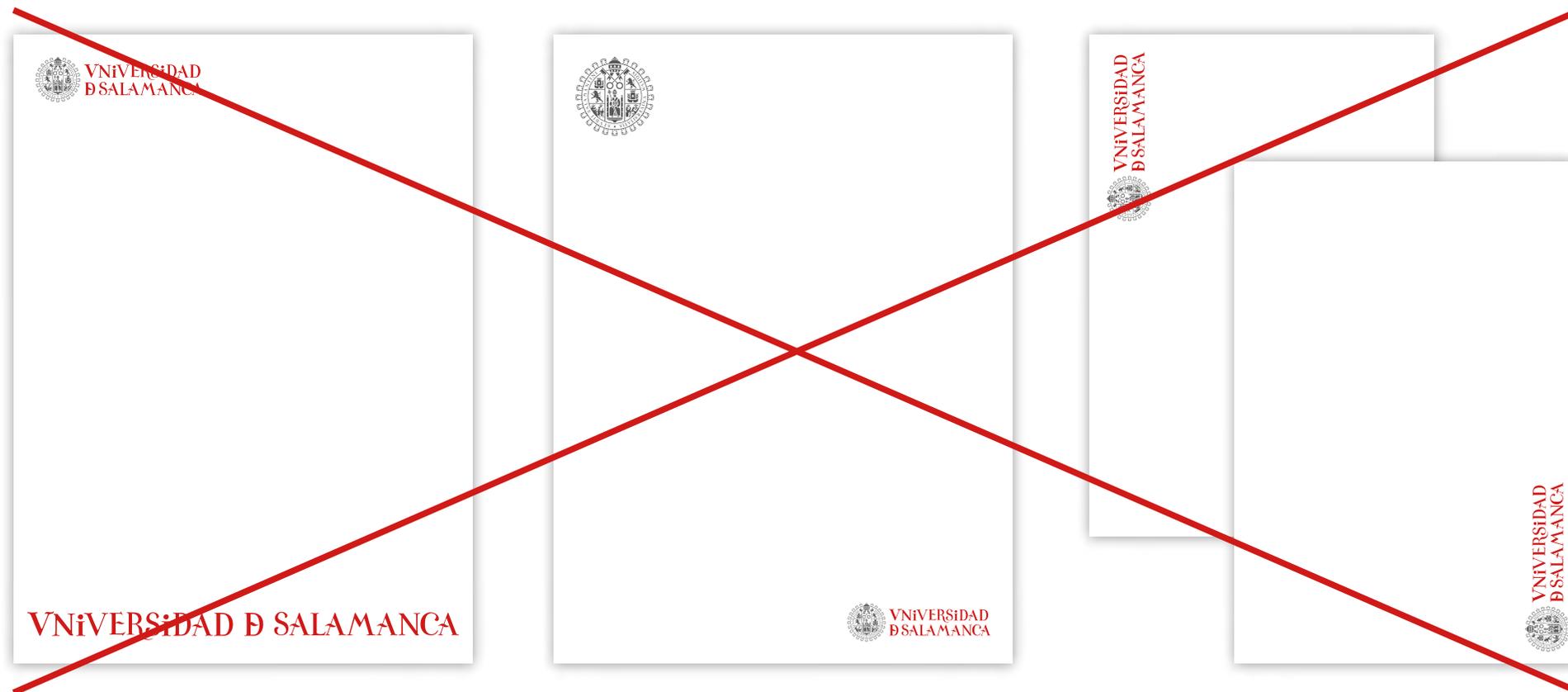
UBICACIONES DE LA MARCA NO PERMITIDAS EN UN DOCUMENTO



No se permite justificación a la derecha o izquierda de la marca Universidad de Salamanca.

No se permite la reiteración del escudo en la composición por el uso de la marca y el escudo en la misma imagen. Ni alterar los ejes de justificación del logotipo Universidad de Salamanca.

UBICACIONES DE LA MARCA NO PERMITIDAS EN UN DOCUMENTO



No se permite la redimensión de algunos de los elementos gráficos identificadores de la Universidad de Salamanca ni la reiteración del texto *Universidad de Salamanca* o del escudo por duplicidad en una misma imagen.

No se permite el volteo de la marca Universidad de Salamanca en ningún tipo de circunstancia.

1.1.IX | RECURSOS GRÁFICOS (familias tipográficas)

UNIVERSITAS STUDII SALAMANTINI

La identidad y la historia de la Universidad de Salamanca están ligadas a la tipografía Universitas Studii Salamantini.

La influencia de esta tipografía de la Universidad es tal que está presente en muchas fachadas de edificios históricos de la ciudad, convirtiéndose al mismo tiempo en un elemento distintivo más de Salamanca.

De este modo, a través de la tipografía Universitas Studii Salamantini también se representa la indisoluble relación entre la Universidad y la ciudad.

Por la complejidad de su estructura y la dificultad de legibilidad de ciertos caracteres en tamaños reducidos, se reserva su uso exclusivamente para el logotipo Universidad de Salamanca.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. , ; : ~ ~ ' " ^ ` () ¿ ? ¡ ! ð @

1.1.IX | RECURSOS GRÁFICOS (familias tipográficas)

FAMILIA LATO

Se ha actualizado la familia tipográfica oficial, seleccionándose una opción humanista sans-serif, creada en 2010 por Łukasz Dziedzic y perteneciente al catálogo de *Google Fonts*. Es una familia tipográfica muy extensa y con una alta legibilidad de todos sus pesos, tamaños muy pequeños (tanto en online como offline), lo que permite su uso en todo tipo de productos e imágenes.

La gran variedad de pesos y opciones en cursivas ofrece un gran abanico para jerarquizar y distinguir informaciones en un mismo documento. Contiene un catálogo muy amplio de glifos que permiten se utilización en cualquier tipo de idioma.

Al estar alojada en *Google Fonts*, su legibilidad y compatibilidad en navegadores y dispositivos es total, con lo que las webs realizadas con esta familia tipográfica (siempre y cuando se vincule la tipografía a la biblioteca *Google*), contarán con su soporte y abastecimiento. Se permite el uso personal y comercial de la tipografía bajo licencia SIL Open Fonts License (https://scripts.sil.org/cms/scripts/page.php?site_id=nrsi&id=OFL).

No está permitida su venta ni distribución de archivos.

Para su descarga:

fonts.google.com/specimen/Lato#standard-styles

LATO REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,;:-_'"^*\\|/()[]{}¿?;!# \$ % & + ° ª @

LATO ITALIC

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,;:-_'"^*\\|/()[]{}¿?;!# \$ % & + ° ª @

LATO LIGTH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}i?;!#\$\$%&+°a@

LATO LIGHT ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}i?;!#\$\$%&+°a@

LATO SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}i?;!#\$\$%&+°a@

LATO SEMIBOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}i?;!#\$\$%&+°a@

LATO BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}i?;!#\$\$%&+°a@

LATO BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}i?;!#\$\$%&+°a@

LATO HEAVY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}¿?;!#\$\$%&+°ª@

LATO BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}¿?;!#\$\$%&+°ª@

LATO HEAVY ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:-_'"^*\|/()[{}¿?;!#\$\$%&+°ª@

LATO BLACK ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

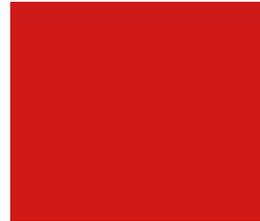
.,;:-_'"^*\|/()[{}¿?;!#\$\$%&+°ª@

1.1.IX | RECURSOS GRÁFICOS (paleta cromática)

Al igual que los aspectos tipográficos, se unifica a paleta cromática de toda la comunidad universitaria para lograr el objetivo principal de este manual: la unidad gráfica institucional.

El uso de los colores se reduce a tres:

- **Rojo Vitor:** este color forma parte de la historia de nuestra institución desde sus inicios. Su identificación con la Universidad de Salamanca es innegable. Es el color utilizado para nombres de centros, servicios, nombres propios, titulares, encabezados y otros recursos que pueden verse en el resto de este manual.
- **Gris alumno:** es otro de los colores empleados por la Universidad, que permite tener un color base para recursos gráficos que quedarán en un segundo plano. Este color se usa en textos, fondos de portadas, iconos, etc.
- **Azul VIII Centenario:** tras la celebración del VIII Centenario de la Universidad de Salamanca, se ha mantenido uno de los recursos gráficos más utilizados durante el acontecimiento: el color azul. Este color permite realizar combinaciones con los dos anteriores, especialmente para resaltar elementos jerárquicamente inferiores al rojo pero y superiores al gris.



ROJO VÍTOR

CMYK: 12/99/100/2

RGB: 210/32/32

Hexadecimal: #d22020

Pantone Solid Coated 200C



GRIS ALUMNIO

CMYK: 0/0/0/75

RGB: 64/64/64

Hexadecimal: #4D4D4D

Pantone Cool Gray 11C



AZUL VIII CENTENARIO (*color conmemorativo)

CMYK: 90/64/0/0

RGB: 56/94/157

Hexadecimal: #385e9d

Pantone 7684C

PORCENTAJES Y LICENCIAS CROMÁTICAS:

- **Escala de grises:** se permite el uso de la totalidad de la escala de grises comprendida entre el blanco puro y el negro al 80%. Debe evitarse el color negro al 100% y al 90% para evitar el cansancio visual a la hora de distinguir las formas presentadas o los textos sobre el blanco puro de una pantalla o del papel.

- **Uso de degradados y transparencias:**

se evitará el uso de degradados y transparencias, independientemente de su color base o si el producto final es digital o impreso; principalmente en los colores corporativos Rojo Vitor y Azul VIII Centenario, en sus degradaciones y transparencias pierden la esencia de tono, percibiéndose como un color diferente. Se permite el uso de degradados y transparencias multiplicadas u oscurecidas sobre imágenes de la escala de grises, siempre y cuando se tenga un control total de la composición final.

- **Distribución cromática con uso de imágenes:**

en la imagen se muestran los porcentajes de color que se deben respetar en los productos con fotografías.

- **Distribución cromática sin uso de imágenes:**

en la imagen se muestran los porcentajes de color que se deben respetar en los productos sin imagen.



DISTRIBUCIÓN DEL USO DE LA PALETA CROMÁTICA EN PORCENTAJES RESPECTO AL 100% DE LA SUPERFICIE UTILIZADA INCLUYENDO IMÁGENES



DISTRIBUCIÓN DEL USO DE LA PALETA CROMÁTICA EN PORCENTAJES RESPECTO AL 100% DE LA SUPERFICIE UTILIZADA SIN IMÁGENES



1.1.IX | RECURSOS GRÁFICOS (estilo pictográfico)

Una marca como la Universidad de Salamanca debe contemplar todas las posibilidades de comunicación gráfica para ayudar a la comunidad universitaria a realizar una adecuada difusión de la Institución.

En la actualidad, parte de la comunicación gráfica de una marca tan extensa como esta, a menudo, apoya sus comunicaciones gráficas online y offline en otros recursos, como los iconos. Para estos casos, continuamente se desarrollan nuevos elementos que representan conceptos comunicativos y contribuyen a la comprensión de ciertos mensajes. Para ello, se han creado bibliotecas gráficas específicas para las áreas de conocimiento de estudios oficiales y una biblioteca genérica en continuo crecimiento.

Los iconos pueden convertirse en un recurso con muchas posibilidades a la hora de desarrollar materiales de merchandising y comunicaciones digitales donde la impresión y la comprensión en milésimas de segundo es importante.



BIBLIOTECA GENÉRICA DE ICONOS



1.2 | Aplicaciones básicas

(papelería)

En este apartado se desarrollan las aplicaciones básicas de la marca Universidad de Salamanca en documentos de papelería y plantillas para uso genérico para acciones de comunicación de los miembros del Equipo de Gobierno de la Institución.

1.2.I DOCUMENTOS	45
1.2.II SOBRES	48
1.2.III SELLO	51
1.2.IV CARPETA	53
1.2.V TARJETAS	54
1.2.VI CHRISTMAS	57

1.2.I | DOCUMENTOS (hoja carta)

Documento utilizado como carta de presentación, invitación, notificaciones, acta, introducción a otros documentos o como contenedor de cualquier otro tipo de información genérica institucionalmente relevante de la Universidad de Salamanca.

Se recomienda firmar y sellar.

Uso aconsejado para documentos cuya extensión no supere las tres páginas.

 **VNIVERSIDAD
D SALAMANCA**

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Salamanca, [Fecha - doble clic]

Estimado,

Regia Solis erat sublimibus alta columnis, clara micante auro flammisque imitante pyropo:
cuius ebur nitidum fastigia summa tegebat, argenti bifores radiabant lumine valvae. Materiam
superabat opus: nam Mulciber illic aequora caelarat medias cingentia terras, terrarumque
orbem, caelumque quod inminet orbit.

Caeruleos habet unda deos, Tritona canorum Proteaque ambiguum, balaenarumque
prementem Aegaeona suis inmania terga lacertis, Doridaque et natas, quarum pars nare
videtur, pars in mole sedens virides siccare capillos, pisce vehi quaedam: facies non omnibus
una, non diversa tamen, qualem decet esse sororum. Terra viros urbesque gerit silvasque
ferasque fluminaque et nymphas et cetera numina ruris. Haec super imposita est caeli
fulgentis imago signaque sex foribus dextris totidemque sinistris.

Caeruleos habet unda deos, Tritona canorum Proteaque ambiguum, balaenarumque
prementem Aegaeona suis inmania terga lacertis, Doridaque et natas, quarum pars nare
videtur, pars in mole sedens virides siccare capillos, pisce vehi quaedam: facies non omnibus
una, non diversa tamen, qualem decet esse sororum. Terra viros urbesque gerit silvasque
ferasque fluminaque et nymphas et cetera numina ruris. Haec super imposita est caeli
fulgentis imago signaque sex foribus dextris totidemque sinistris.

Atentamente,

Patio de Escuelas 1. 37008 · Salamanca · España
+34 923 294 500

USALES
email@usal.es

1.2.I | DOCUMENTOS (documento genérico)

Documento institucional genérico de la Universidad de Salamanca, cuya extensión supere las tres páginas y su información no tenga tanta relevancia como para utilizar el documento anterior y no sea necesario identificarlo con ningún órgano de gobierno (página 45).

Uso aconsejado para documentos cuya extensión supere las tres páginas.



1.2.I | DOCUMENTOS (Vicerrectorados, Secretaría)

Documento utilizado como carta de presentación, invitación, notificaciones, acta, introducción a otros documentos o como contenedor de cualquier otro tipo de información genérica institucionalmente relevante concerniente a asuntos propios de un vicerrectorado, la Secretaría General (como en el ejemplo), la Gerencia o el Gabinete del Rector.

Se recomienda firmar y sellar.

Uso aconsejado para documentos cuya extensión no supere las tres páginas.

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Secretaría General

D/Dª. NOMBRE APELLIDO1 APELLIDO2
SECRETARIO/A GENERAL

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Salamanca, [Fecha - doble clic]

Estimado,

Regia Solis erat sublimibus alta columnis, clara micante auro flammisque imitante pyropo:
cuius ebur nitidum fastigia summa tegebat, argenti bifores radiabant lumine valvae. Materiam
superabat opus: nam Mulciber illic aequora caelarat medias cingentia terras, terrarumque
orbem, caelumque quod inminet orbit.

Caeruleos habet unda deos, Tritona canorum Proteaque ambiguum, balaenarumque
prementem Aegaeona suis inmania terga lacertis, Doridaque et natas, quarum pars nare
videtur, pars in mole sedens virides siccare capillos, pisce vehi quaedam: facies non omnibus
una, non diversa tamen, qualem decet esse sororum. Terra viros urbesque gerit silvasque
ferasque fluminaque et nymphas et cetera numina ruris. Haec super imposita est caeli
fulgentis imago signaque sex foribus dextris totidemque sinistris.

Caeruleos habet unda deos, Tritona canorum Proteaque ambiguum, balaenarumque
prementem Aegaeona suis inmania terga lacertis, Doridaque et natas, quarum pars nare
videtur, pars in mole sedens virides siccare capillos, pisce vehi quaedam: facies non omnibus
una, non diversa tamen, qualem decet esse sororum. Terra viros urbesque gerit silvasque
ferasque fluminaque et nymphas et cetera numina ruris. Haec super imposita est caeli
fulgentis imago signaque sex foribus dextris totidemque sinistris.

Atentamente,

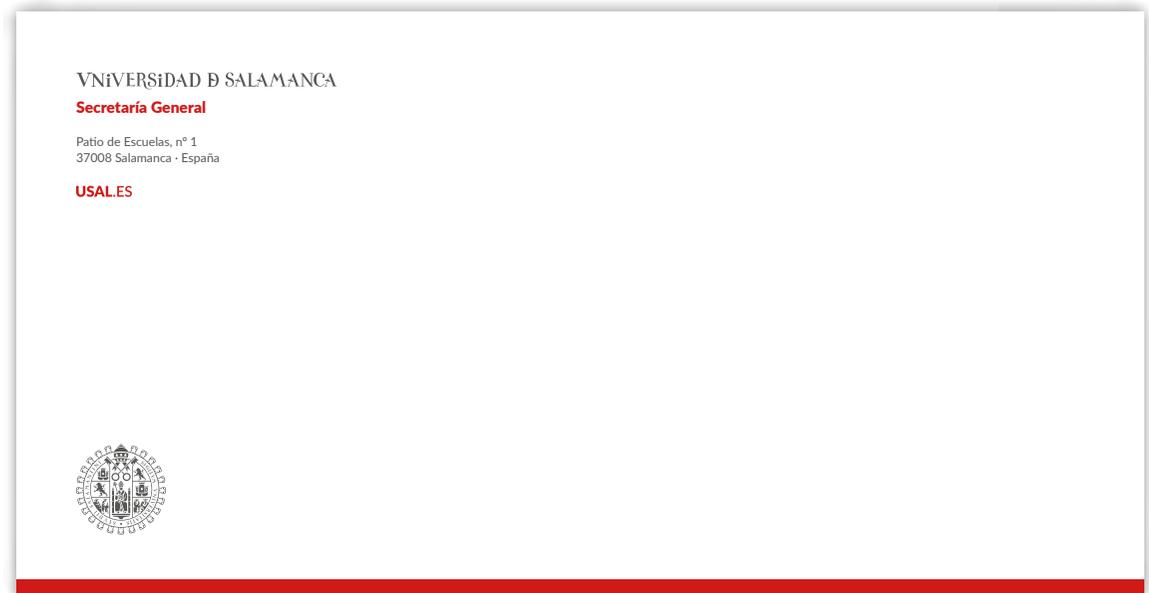
Patio de Escuelas 1. 37008 · Salamanca · España
+34 923 294 415

USALES
seccr.general@usal.es

1.2.II | SOBRES (sobre americano)

Sobre de envío para documentos, formato americano.
Tamaño 220 x 110mm.

Recomendado para envío de información oficial
que pueda plegarse y su extensión no supere
las 4-5 páginas.



1.2.II | SOBRES (sobre C5 - documentos A5)

Sobre de envío para documentos, formato C5.
Tamaño 229 x 162mm.

Recomendado para envío de información oficial
que pueda doblarse ligeramente (por la mitad),
y su extensión supere las 5 páginas.



1.2.II | SOBRES (sobre C4 - documentos A4)

Sobre de envío para documentos, formato C4.
Tamaño 324 x 229mm.

Recomendado para envío de documentos
que no puedan doblarse y su extensión supere
las 5 páginas.



1.2.III | SELLO

Sello institucional genérico de la Universidad de Salamanca. Recomendado su uso para sellaje de documentos donde no sea necesario especificar el órgano de gobierno, centro o servicio.





1.2.IV | CARPETA

Aquí se plantea una carpeta genérica de la Universidad de Salamanca y su versión más específica para los Vicerrectorados, Secretaría General, Gerencia y Gabinete del Rector.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA



VNIVERSIDAD
D SALAMANCA

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Sa

Estimado,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque
Fusce tincidunt convallis auctor. Aenean sagittis ultrices sapien id aliquam
ante. Aenean fermentum diam neque, id interdum nibh hendrerit ac. Ut
zQuisque sit amet mauris sapien. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus
posuere cubilia Curae; In accumsan suscipit est non vulputate. Sed
Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor mauris nec iaculis ut
neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a mauris sit amet ipsum
sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur nisi sed metus p
ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fusce non nisi sem. Nu
pretium augue. Nam congue enim at augue tristique, ac pretium velit s
neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque turpis nulla, males
suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et u
Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestibulum eget erat ur
arcu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dictum fermentum, co
orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis laoreet ex, eu imp

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nunc. Phasellus semper
nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed metus interdum place

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

D. NOMBRE APELLIDO1 APELLIDO 2
SECRETARIO/A GENERAL

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Salamanca, [Fecha - doble clic]

Estimado,

Regia Solis erat sublimibus alta columnis, clara micante auro flam
cuius ebur nitidum fastigia summa tegebat, argenti bifores radiab
superabat opus: nam Mulciber illic aequora caelarat medias cinger
orbem, caelumque quod inminet orbit.

Caeruleos habet unda deos, Tritona canorum Proteaque ambigunt
prementem Aegaeona suis inmania terga lacertis, Doridaque et na
videtur, pars in mole sedens virides siccare capillos, pisce vehi qua
una, non diversa tamen, qualem decet esse sororum. Terra viros u
ferasque fluminaque et nymphas et cetera numina ruris. Haec sup
fulgentis imago signaque sex foribus dextris totidemque sinistris.

Caeruleos habet unda deos, Tritona canorum Proteaque ambigunt
prementem Aegaeona suis inmania terga lacertis, Doridaque et na
videtur, pars in mole sedens virides siccare capillos, pisce vehi qua
una, non diversa tamen, qualem decet esse sororum. Terra viros u
ferasque fluminaque et nymphas et cetera numina ruris. Haec sup

1.2.V | TARJETAS

Tarjetas de visita para todos los miembros del equipo de gobierno de la Universidad de Salamanca.

Medidas: 85 x 55mm.

Se recomienda su impresión sobre papel satinado con un grosor superior a los 250gr.



1.2.VI | CHRISTMAS

Anualmente el Rector felicita las fiestas navideñas con una felicitación que se envía por email a toda la comunidad universitaria.

Aunque dicho documento tiene un carácter anual, es muy representativo de la Universidad de Salamanca, por lo que se recomienda adecuarlo gráficamente a la imagen institucional



1.3 | Aplicaciones online

**(email, redes sociales,
estilos motion graphics)**

En la actualidad, uno de los ámbitos en los que hay que cuidar especialmente la línea gráfica corporativa es el digital. Debido a la enorme competencia en este contexto, resulta esencial para el reconocimiento de marca. Todos los elementos, como la firma de email, los perfiles en las redes sociales o las presentaciones y vídeos corporativos deben tratarse visualmente con detalle. Una línea gráfica sencilla y clara contribuirá enormemente a la trasmisión de los mensajes estratégicos y de la cultura organizacional al público objetivo. Para que la imagen de la USAL sea fácilmente reconocible en cualquier ámbito es importante tener en cuenta que cada uno de estos medios digitales tiene unas características propias a las que debe adaptarse la identidad de la Universidad

1.3.I FIRMA EMAIL	60
1.3.II REDES SOCIALES	61
1.3.III PRESENTACIONES POWER POINT	62
1.3.IV ESTILOS MOTION GRAPCHICS	66

1.3.I | EMAIL (vicerrectorados, secretaría general)

Cualquier miembro del equipo de gobierno, incluso cuentas de correo de información genérica institucional, deberían contar con una firma e imagen de email acorde a la línea gráfica institucional de la Universidad de Salamanca.

Desde la bandeja de entrada del correo USAL > “Configuración > Ajustes” se puede configurar la firma institucional según estos ajustes:

- Imagen Marca Universidad
- + Vicerrectorado/Secretaría General/Gerencia: 75px de alto. Tamaño mediano de la imagen.
- Nombre y Apellidos: Sans Serif, Normal, Negrita, Azul.
- Cargo: Sans Serif, Normal, Negrita Cursiva, Azul.
- Dirección postal y teléfono: Sans Serif, Normal, Gris.
- Email: Sans Serif, Normal, Cursiva, Subrayado.
- Dirección web: Sans Serif, Normal, Negrita, Mayúsculas, Subrayado. Incluye el enlace a la web.

**En la web identidadcorporativa.usal.es se muestran los pasos que se deben seguir para configurar la firma institucional con los ajustes que permite la configuración del email USAL.*



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Vicerrectorado de
Nombre vicerrectorado/ Secretaría...

Nombre Apellido1 Apellido2
Vicerrector/a, Secretario/a General, Gerente...

EDIFICIO DE RECTORADO
Patio de Escuelas 1. 37008, Salamanca, España (Spain).
(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

USAL.ES

** Si prefiere configurarla externamente e incrustarla como imagen, se detallan los estilos de configuración para que el resultado sea como el del ejemplo de la derecha:*

- Marca Universidad + Vicerrectorado/Secretaría General/Gerencia: 60px de alto.
- Línea continua: 1px solid #4d4d4d.
- Nombre y Apellidos: Lato Heavy 15px #385e9d.
- Cargo: Lato Heavy Italic #385e9d.
- Dirección postal: Lato Regular 11px.
- Email: Lato Bold Italic 11px #4d4d4d.
- Dirección web: Lato Black 11px #4d4d4d.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Vicerrectorado de
Nombre vicerrectorado/ Secretaría...

Nombre Apellido1 Apellido2
Vicerrector/a, Secretario/a General, Gerente...

EDIFICIO DE RECTORADO
Patio de Escuelas 1. 37008, Salamanca, España (Spain).
(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

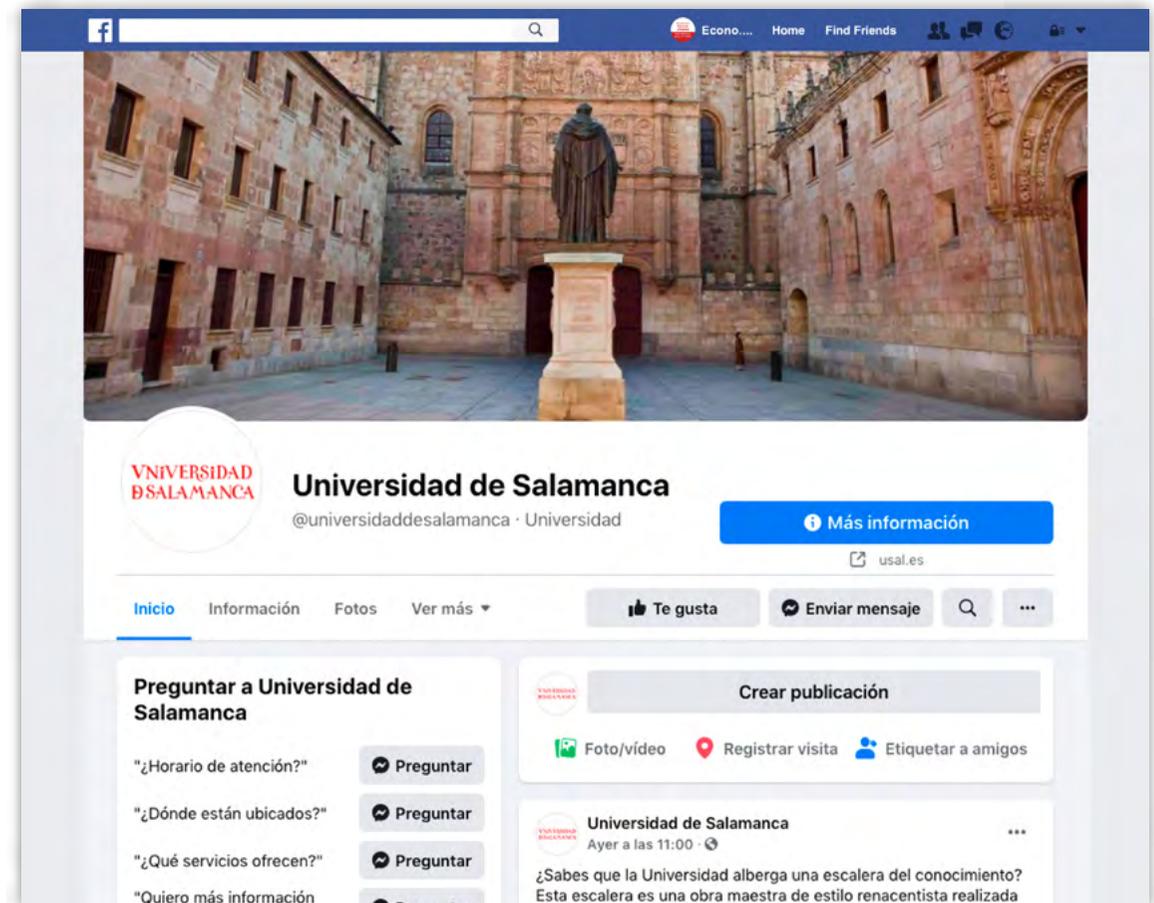
USAL.ES

1.3.II | REDES SOCIALES (perfil y portada genéricas)

La Universidad de Salamanca está presente en diversas redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn o Tik Tok. La previsión es que esta presencia aumente en otro tipo de canales digitales sociales que puedan ser considerados estratégicos para potenciar la comunicación con todos sus públicos.

Por eso, es de vital importancia la adaptación de la imagen institucional a la variedad de soportes. Mostrar una identidad sólida en estos canales que cuentan con miles de consultas de todos los lugares del mundo cada semana es fundamental, ya que contribuye enormemente al posicionamiento digital de la marca USAL.

En este apartado se recogen ejemplos de uso y diversas aplicaciones de la imagen visual para los diferentes funcionalidades y contextos de las redes sociales: perfiles, cabecera, publicaciones, elementos publicitarios, etc.



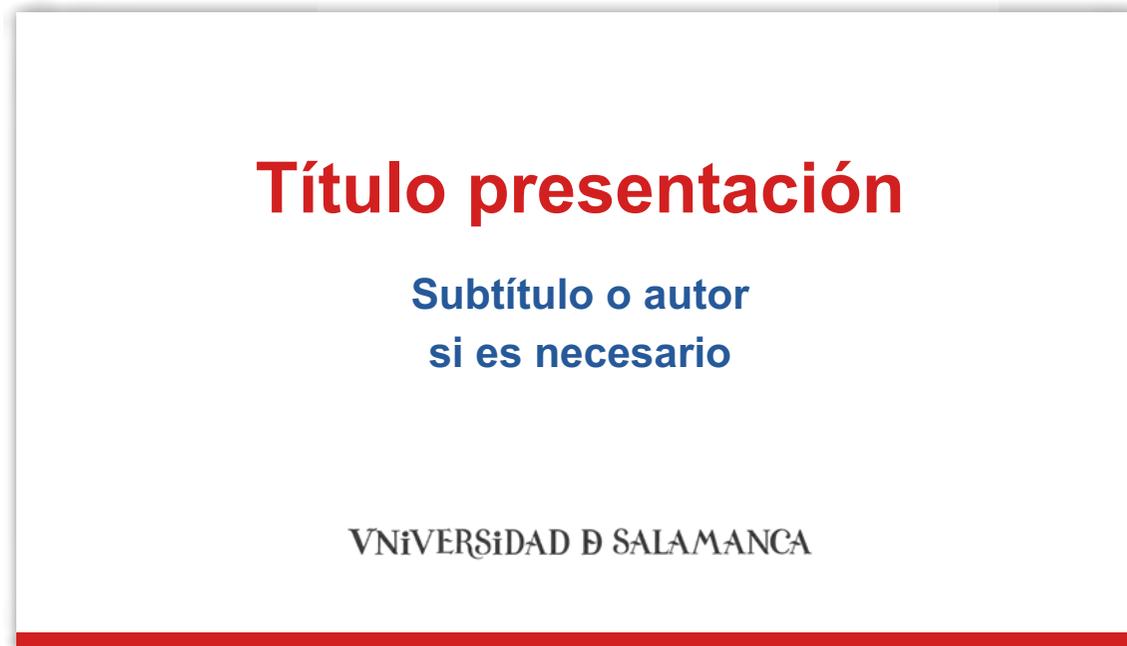
1.3.III | PRESENTACIONES DIGITALES (Power Point)

Plantilla de PowerPoint en formato 16/9 para uso en presentaciones de actos institucionales por parte de cualquier miembro del equipo rectoral.

Consta de varias diapositivas para acoger cualquier tipo de información:

- 01: Portada.
- 02: Índice general de la presentación.
- 03: Portadilla de sección que puede incluir un índice.
- 04: Título y texto.
- 05: Título, subtítulo y texto.
- 06: Título e imagen.
- 07: Título, subtítulo e imagen.
- 08: Título, texto y listado.
- 09: Título, subtítulo, texto y listado.
- 10: Título, texto resaltado e imagen.
- 11: Imagen interior de sección.
- 12: Imagen a pantalla completa.
- 13: Final.

01



02

Título general de la presentación

Índice

- I. Apartado 1
- II. Apartado 2
- III. Apartado 3
- IV. Apartado 4
- V. Apartado 5

03

Título general de la presentación

Apartado 1

- A. Subapartado 1
- B. Subapartado 2
- C. Subapartado 3
- D. Subapartado 4
- E. Subapartado 5
- F. Subapartado 6
- G. Subapartado 7
- H. Subapartado 8



04

VNIVERSIDAD D SALAMANCA |

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros. Donec imperdiet, purus nec tristique bibendum, nulla dolor interdum leo, sit amet efficitur mi elit non turpis. Vivamus lacinia ligula id purus maximus, sed molestie tortor auctor. In sit amet auctor sapien, ac mollis nisi.

05

VNIVERSIDAD D SALAMANCA |

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Subtítulo si es necesario

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros. Donec imperdiet, purus nec tristique bibendum, nulla dolor interdum leo, sit amet efficitur mi elit non turpis. Vivamus lacinia ligula id purus maximus, sed molestie tortor auctor. In sit amet auctor sapien, ac mollis nisi.

06

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva



08

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros.

- Lorem ipsum dolor sit amet.

07

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Subtítulo si es necesario



09

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Subtítulo si es necesario

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros.

Subtítulo si es necesario

- Lorem ipsum dolor sit amet.

10

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

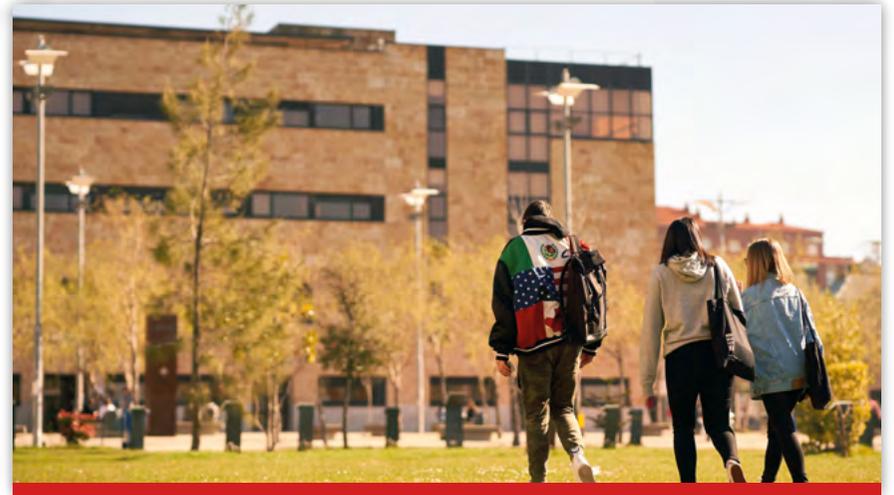
Título Apartado / Título Subpartado correspondiente

Título diapositiva

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros. Donec imperdiet, purus nec tristique bibendum, nulla dolor interdum leo, sit amet efficitur mi elit non turpis. Vivamus lacinia ligula id purus maximus, sed molestie tortor auctor. In sit amet auctor sapien, ac mollis nisi. Vestibulum vestibulum ante non eros congue hendrerit. Curabitur luctus risus vitae est condimentum pretium.



12



11

VNIVERSIDAD D SALAMANCA



13



Título presentación

Subtítulo o autor si es necesario

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

1.3.IV | ESTILOS MOTION GRAPHICS (recursos para vídeos)

Dentro de la comunicación digital, otro de los aspectos que hay que tener muy presentes es la línea gráfica de los vídeos corporativos. Al igual que el resto de recursos recogidos en el documento, ésta debe seguir ciertos criterios compositivos y estéticos para que se identifique con la institución Universidad de Salamanca. A continuación, se detallan algunas opciones para diferentes tipos de contenido: careta de inicio de la retransmisión de un evento en directo, ejemplos de estilos de inicios de vídeos, varias opciones de composiciones para los diferentes tipos de contenido de un vídeo y una imagen de cierre.

IMAGEN GENÉRICA DE INICIO DE VÍDEOS DE RETRANSMISIONES INSTITUCIONALES



DIFERENTES ESTILOS PARA INICIOS DE OTRO TIPO DE VÍDEOS



**Título en Lato Bold 120px
e icono con trazo 10px de grosor**

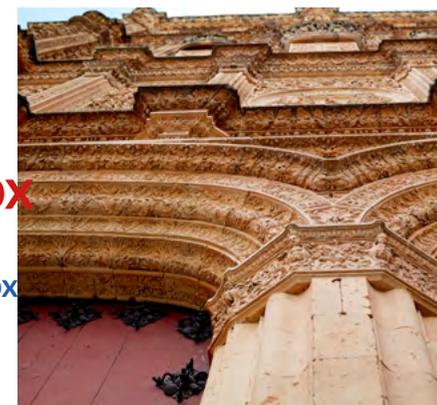
**Títulos en
Lato Bold 120px**

Subtítulo en Lato Bold 70px



**Títulos en
Lato Bold 120px**

Subtítulo en Lato Bold 70px



DIFERENTES ESTILOS PARA CONTENIDO DESTACADO



DIFERENTES ESTILOS PARA CONTENIDOS INTERNOS

Título o destacado del texto en Lato Black 80px

LATO REGULAR 55px. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor.

Título en Lato Black 80px

- ✓ Ítem en Lato Bold 70px e icono con trazo
- ✓ Ítem en Lato Bold 70px e icono con trazo
- ✓ Ítem en Lato Bold 70px e icono con trazo
- ✓ Ítem en Lato Bold 70px e icono con trazo
- ✓ Ítem en Lato Bold 70px e icono con trazo

Título o destacado del texto en Lato Black 80px

Subtítulo o aclaración si es necesaria en Lato Black 60px

LATO REGULAR 55px. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor.

Título en Lato Black 80px

Ítem 01
en Lato Bold 50px

Ítem 02
en Lato Bold 50px

Ítem 03
en Lato Bold 50px

Ítem 04
en Lato Bold 50px

Ítem 05
en Lato Bold 50px

Título en Lato Black 80px

Ítem 01 en Lato Bold 50px Ítem 01 en Lato Bold 50px Ítem 01 en Lato Bold 50px Ítem 01 en Lato Bold 50px

Nombre Apellido 1 Apellido 2 en Lato Black 30px

LATO REGULAR 35px.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcor.

Cargo o destacado sobre él. Que ambos rectángulos se adapten a la extensión del texto

Título o destacado del texto en Lato Black 80px

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor.

Nombre Apellido 1 Apellido 2 en Lato Black 30px

Cargo o destacado sobre él. Que ambos rectángulos se adapten a la extensión del texto

DIFERENTES ESTILOS PARA CONTENIDOS INTERNOS



ESTILO DE CIERRE



1.4 | Aplicaciones publicitarias

**(genérico institucional,
estudios oficiales,
especiales en prensa)**

En los últimos años la Universidad de Salamanca ha hecho un importante esfuerzo por intensificar las acciones promocionales de la institución y de su oferta de titulaciones. Para ello, la Universidad tiene presencia en numerosas ferias especializadas en estudios superiores y facilita información de sus estudios a sus futuros estudiantes en centros de educación secundaria. Su estrategia de captación va mucho allá y se realizan campañas de captación de alumnado en los diferentes niveles de Estudio en numerosos canales digitales, medios de comunicación online y offline, suplementos especiales, mailing, redes sociales... Para todas estas actuaciones, la Universidad necesita hacer múltiples aplicaciones de su imagen de marca.

1.4.I PROMOCIÓN GENÉRICA INSTITUCIONAL	74
1.4.II PROMOCIÓN DE ESTUDIOS OFICIALES	
Flyers listados estudios 01	77
Flyers listados estudios 02	81
Flyers Grados	84
1.4.III ESPECIALES EN PRENSA	86

1.4.I | PROMOCIÓN GENÉRICA INSTITUCIONAL

Como parte de sus estrategias de comunicación, la Universidad de Salamanca realiza periódicamente, acciones de *branding* en diferentes canales de difusión.

A menudo, estas acciones coinciden con períodos relevantes vinculados a preinscripción, matrícula o el período previo a las fechas de acceso a la Universidad. Son, por tanto, momentos en los que los espacios publicitarios están copados de elementos publicitarios de numerosas instituciones educativas que también desean impactar y atraer. En este caso, el reconocimiento inequívoco de la línea gráfica de la Universidad de Salamanca es fundamental para que el público preste atención al contenido.

Las acciones de *branding* se asientan en el uso de imágenes emotivas, mensajes cortos en los que se ponen de relieve los hitos y elementos diferenciadores de nuestra institución.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA



#SoyUSAL

27.902 estudiantes matriculados
2.300 personal docente e investigador
1.210 personal de administración y servicios

+300 titulaciones ofertadas
9 campus distribuidos en 3 provincias
26 Facultades y Escuelas Superiores
57 Departamentos
13 Institutos de Investigación
11 Centros Tecnológicos, Culturales y de Estudio

USAL.ES  @usal
 @universidaddesalamanca



ISSUE 07
NATURE MAGAZINE

NATURE

LOREM IPSUM LOREM IPSUM LOREM IPSUM // MAGAZINE

ISSUE
No.07

LOREM
IPSUM
\$15



WILD BEAUTIFUL PLACES

GUIDE TO
SCENIC HIGHWAYS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat. Ut wisi

19 TRIPS
TO CHANGE YOUR LIFE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh

WWW.NATUREMAGZ.COM

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Especialízate con un máster

77 MÁSTERES OFICIALES
94,4% INSERCIÓN LABORAL

Entérate de toda la información en nuestras redes sociales

USAL.ES

@usal

@universidaddesalamanca



1.4.II | PROMOCIÓN ESTUDIOS (flyers listado estudios 01)

Dentro de las campañas promocionales, la Universidad de Salamanca actualiza anualmente la información sobre la oferta de titulaciones en estudios de Grado, Másteres, Programas de Doctorado y Títulos Propios. A continuación, se muestran ejemplos de flyers sobre la oferta académica de la Universidad.



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
DOCTORADOS
 2019-2020

Apasiónate

#SoyUSAL
 #Generación800

OFERTA ACADÉMICA
doctorado.usal.es/es/doctorados

PREINSCRIPCIÓN
Por Internet (del 1/09 al 10/09/2019)
doctorado.usal.es/preinscripcionmatricula

PREINSCRIPCIÓN
preinscripcion.usal.es

Trámite obligatorio siempre en su momento no online. La solicitud de inscripción y matrícula se debe realizar en el momento de inscripción y matrícula. La inscripción debe realizarse en el momento de inscripción y matrícula. La inscripción debe realizarse en el momento de inscripción y matrícula.

REQUISITOS DE ACCESO
doctorado.usal.es/requisitos-acceso

REQUISITOS DE ACCESO
doctorado.usal.es/requisitos-acceso

PRECIOS PÚBLICOS (CURSO 2019-2020)
 454,14 € (Curso académico)
 (Incluye matrícula en 1º y 2º y el primer curso por escritura de inscripción).

REGÍSTRATE EN EL ESTUDIO
 Agencia de Gestión de la Investigación, investigacion.usal.es / www.usal.es
 Servicio de Relaciones Institucionales rel@usal.es / rel.usal.es
 Otros contactos: doctorado.usal.es o comproyectos.usal.es

ALQUILER
 Callejón, Mayores y Residencia. Universtar (tarifa colectiva)
 Otro tipo de alojamiento (apartamentos, habitaciones), pousal.es

DOCTORADO USAL ES
 Información doctorado.usal.es
 923 29 45 00 (ext.3051)



DOCTORADO USAL ES

ADOS

gna y Literatura,
 Cultura en Contexto*

Asia y de América

ivencia*

di
 4 Nacional**

Y Medicina Tradicional.

ELIA CORBIAS**

Psicología
 Salud, Ocupacional, Dependencia y Bienestar ELIA CORBIAS**

CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS
 Administración, Dependencia y Bienestar
 Ciencias Sociales
 Derecho privado
 Economía de la Empresa*
 Educación
 Estudios de Género y Políticas de Igualdad
 Formación en la Sociedad del Conocimiento
 Lectura y Comprensión de la Literatura**

INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
 Energía y Propiedad Marina (I+D+i) ELIA CORBIAS**
 Geotecnologías Aplicadas
 A la Construcción de Infraestructuras
 Ingeniería Informática

* Programa de Doctorado en el ámbito de la Investigación
 por la Universidad de Salamanca.
 ** Programa de Doctorado en el ámbito de la Investigación por el área de Estudios de Género y Políticas de Igualdad.

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
TÍTULOS PROPIOS
2019-2020

Profesionalízate

PRESCRIPCIÓN Y MATRÍCULA
Título cuya posesión da derecho a ser considerado con el Curso Académico

- Selección y admisión: **de mayo a septiembre**
- Matrícula: **octubre**

TÍTULOS CUYA POSIBILIDAD DE INSCRIPCIÓN CONSIDERARÁN CON EL AÑO ACADÉMICO

- Prescripción: **de mayo a enero**
- Selección y admisión: **enero**
- Matrícula: **enero**

Consultar fechas actualizadas en la web.
usa.es/titulos-propios
titulos@usal.es

LISTADO DE ADMITIDOS Y PLAZOS DE MATRÍCULA CURSO 2019-2020
Título cuyo acceso se realiza a través de un título universitario oficial

- Título Propio de Máster (60 y 120 ECTS)
- Nivel 1 y 2 del ECF

TÍTULO CUYO ACCESO SE REALIZA A TRAVÉS DE LOS ACUERDOS DE INTERVENCIÓN

- Título propio Diplom. de Especialización (60 y 90 ECTS). Nivel 6 del ECF
- Título propio Máster (60 y 120 ECTS)
- Nivel 3 del ECF

Unirse en la página de www.usal.es

TÍTULO CUYO ACCESO SE REALIZA A TRAVÉS DE LA CONVOCATORIA DE EXAMEN

- Título propio Experto (mínimo de 15 ECTS). Nivel 5 del ECF

PRECIOS PÚBLICOS (CURSO 2019-2020)
Consultar precios de cada Título Propio en la web.

ALQUILER
Calleja Moyeros y Residencia Universitario
Otro tipo de alojamiento (apartamento, habitación), www.usal.es



#SoyUSAL
#Generación800

USA.ES/TITULOS-PROPIOS
923 29 43 00 (ext. 1173)



MAESTROS

- Cambio generacional y tecnológico del siglo XXI
- Cambio de la investigación y la innovación
- Internacionalización en áreas de las ciencias, ingeniería, arquitectura, arte y gobierno ambiental

CIENCIAS DE LA SALUD

- Atención social y empresarial y emergencias sanitarias
- Otorrinolaringología
- Diagnóstico y planificación de Atención Primaria
- Epidemiología y prevención de la salud
- Metodología de la investigación en ciencias de la salud
- Nutrición y dietética
- Oncología y atención sanitaria
- Farmacología clínica
- Toxicología clínica

DIPLOMAS DE ESPECIALIZACIÓN

- Atención social y empresarial y emergencias sanitarias
- Otorrinolaringología
- Diagnóstico y planificación de Atención Primaria
- Epidemiología y prevención de la salud
- Metodología de la investigación en ciencias de la salud
- Nutrición y dietética
- Oncología y atención sanitaria
- Farmacología clínica
- Toxicología clínica

Forma Internacional (online)
Forma presencial
Forma híbrida (online y presencial)

USA.ES/TITULOS-PROPIOS

1.4.II | PROMOCIÓN ESTUDIOS (flyers listado estudios 02)

A continuación se muestra la posibilidad de ampliar la información de los diferentes niveles de estudios superiores con un flyer más completo en donde al contenido informativo se ha incluido contenido promocional genérico de la Universidad de Salamanca.

En las siguientes páginas se muestra dicho documento con las titulaciones oficiales de Grados y Dobles Grados. Dicha composición de aplica a los documentos creados para los diferentes estudios: Másteres Universitarios, Doctorados y Títulos Propios.



La Universidad de Salamanca en cifras

9 campus universitarios distribuidos en tres provincias: Salamanca, Zamora y Ávila



Prestigio y proyección nacional e internacional

- 30.000 estudiantes
- 7.000 estudiantes extranjeros
- 2.300 personal académico

Las oportunidades laborales de nuestros estudiantes mejoran nuestra calidad académica

- 85,5% inserción laboral en Grado
- +1.000 convenios con empresas
- +600 convenios con universidades extranjeras

Razones para elegirnos

- Prestigio e historia**
Fundada en 1218, cuenta con 800 años de Historia y de excelencia académica.
- Amplia oferta de estudios**
68 Grados, 25 Dobles Grados, 77 Másteres Universitarios y 41 Programas de Doctorado en todas las ramas de conocimiento.
- Empleabilidad**
Inserción laboral del 85,8% en los estudios de Grado y del 94,4% en Másteres Universitarios. Más de 9000 convenios con empresas.
- Internacional**
Estudiantes de más de 60 nacionalidades. Segunda universidad española que cuenta con mayor porcentaje de alumnos extranjeros.
- Investigación**
13 Institutos universitarios de Investigación.
41 Programas de Doctorado.
- Compromiso con los ODS**
Entre las mejores universidades en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Times Higher Education (THE) Impact Rankings 2020.
- Transparencia y calidad**
Preocupación por la satisfacción de sus estudiantes. Actualización de indicadores de docencia, programas formativos e inserción laboral.
- Primera universidad del mundo en español**
Una de las primeras universidades del mundo y Alma Mater de las universidades hispanoamericanas. Referente mundial en enseñanza y difusión del español.
- Oferta cultural, deportiva y de ocio**
Diversidad de servicios e infraestructuras para disfrutar constantemente de actividades culturales y deportivas.
- Ciudad universitaria**
Salamanca es una de las principales Ciudades Universitarias del mundo. Patrimonio de la Humanidad, dinámica y segura.



@usal

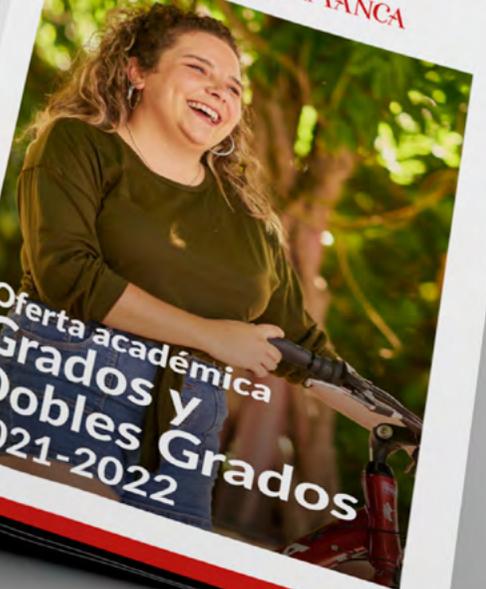


@universidaddesalamanca

#SoyUSAL

USAL.ES

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA



Oferta académica Grados y Dobles Grados 2021-2022

1.4.II | PROMOCIÓN ESTUDIOS (flyer Grado)

Los flyers promocionales de Grados y Dobles Grados también se han adaptado a la nueva línea gráfica. Los contenidos se trabajan de forma conjunta con las Facultades y Escuelas Superiores. Se ha logrado desarrollar un formato más compatible con la producción offline y su utilización online (en formato de descarga o previsualización).





GRADO Economía

Un Grado competitivo que prepara profesionales para el análisis y asesoramiento económico en cualquier tipo de institución, mediante una formación académica actual y de calidad, para afrontar con garantías los grandes retos económicos del futuro.

UN GRADO PRÁCTICO CERCANO A LA EMPRESA
CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL

200
convenios
con universidades

300
convenios
con universidades

FORMACIÓN DE CALIDAD, QUE COMBINA MULTIDISCIPLINARIEDAD Y DIVERSIDAD



Gran proyección internacional
Formación práctica y aplicada al mundo actual
Alto nivel docente e investigador del profesorado
Elevado grado de empleabilidad

SALIDAS PROFESIONALES
profesionales del análisis y asesoramiento económico
en cualquier empresa y administración pública

Facultad de ECONOMÍA Y EMPRESA | Campus Unamuno | Edificio FES. 37007, Salamanca | t+34) 923 294 562 | aec.fey@usal.es | in f @ FACULTADECONOMIAEMPRESAUSALES

COLEGIOS Y RESIDENCIAS:
colegios@usal.es | usal.es/colegios-residencias

ORIENTACIÓN: informacion@usal.es | splo.usal.es
ACCESO: acceso@usal.es | usal.es/acceso

Plan de estudios

Distribuido en créditos ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
Formación básica [B]	60
Obligatorias [O]	138
Optativas [Op]	24
Trabajo de Fin de Grado [TFG]	18
TOTAL	240

PRIMER CURSO | 60 créditos

Asignatura	Semestre	Créditos
Dibujo I [B]	1	6
Pintura I [B]	1	6
Escultura I [B]	1	6
Sistemas de Representación [B]	1	6
Análisis del Discurso Artístico y Literario [B]	1	6
Técnicas del Dibujo I [O]	2	6
Técnicas Pictóricas I [O]	2	6
Técnicas Escultóricas I [O]	2	6
Introducción a la Imagen Digital [O]	2	6
Psicología del Arte [B]	2	6

SEGUNDO CURSO | 60 créditos

Asignatura	Semestre	Créditos
Dibujo II [B]	1	6
Pintura II [B]	1	6
Escultura II [B]	1	6
Historia del Arte Moderno [B]	1	6
Fotografía I [O]	1	6
Técnicas del Dibujo II [O]	2	6
Técnicas Pictóricas II [O]	2	6
Técnicas Escultóricas II [O]	2	6
Grabación y Técnicas de Impresión [O]	2	6
Introducción al Diseño [O]	2	6

TERCER CURSO | 60 créditos

Asignatura	Semestre	Créditos
Idea, Concepto y Proceso en la Creación Artística I [O]	1	6
Lenguajes y Técnicas en la Producción Artística I [O]	1	6
Metodología del Proyecto I [O]	1	6
Teoría del Arte Moderno [O]	1	6
Optativa [Op]	1	6
Idea, Concepto y Proceso en la Creación Artística II [O]	2	6
Lenguajes y Técnicas en la Producción Artística II [O]	2	6
Historia del Arte Contemporáneo [O]	2	6
Fotografía II [O]	2	6
Optativa [Op]	2	6

CUARTO CURSO | 60 créditos

Asignatura	Semestre	Créditos
Idea, Concepto y Proceso en la Creación Artística III [O]	1	6
Metodología del Proyecto II [O]	1	6
Teoría del Arte Contemporáneo [O]	1	6
Gestión, Ámbito Artístico y Mundo Profesional [O]	1	6
Optativa [O]	1	6
Lenguajes y Técnicas en la Producción Artística III [O]	2	6
Optativa [Op]	2	6
Trabajo de Fin de Grado [TFG]	2	18

Optativas a elegir

Asignatura	Semestre	Créditos
Diseño Gráfico I [Op]	1	6
Diseño Gráfico II [Op]	1	6
Técnicas y Procesos de Diseño Gráfico I [Op]	2	6
Técnicas y Procesos de Diseño Gráfico II [Op]	2	6
Arte y Fotografía [Op]	1	6
Arte y Espacio Arquitectónico [Op]	2	6
Arte y Naturaleza [Op]	1	6
Escenografía [Op]	2	6
Ilustración [Op]	1 y 2	6
Paisaje [Op]	2	6
Arte y Educación [Op]	2	6
Crítica de Arte [Op]	2	6

1.4.III | ESPECIALES EN PRENSA

Es habitual que la Universidad de Salamanca participe en suplementos temáticos, anuarios o publicaciones conmemorativas de diferentes cabeceras de prensa. A continuación, se muestran diferentes ejemplos, como el Día Internacional de la Mujer, Especial Nuevas Tecnologías, Aniversario de la Constitución Española y Talento Español.



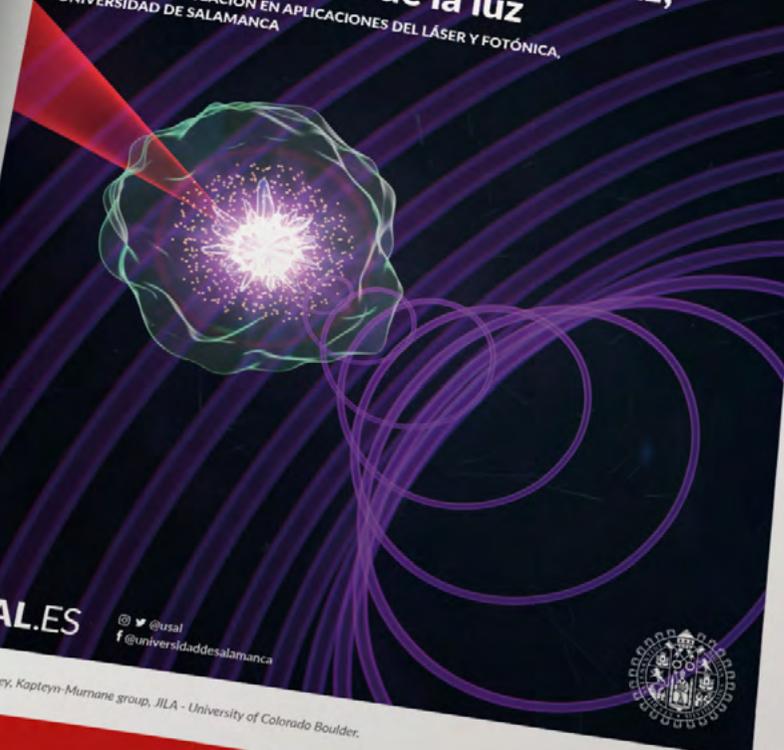
VNIVERSIDAD D SALAMANCA

A la vanguardia de la Ciencia y la Tecnología

27/06/2019 | PORTADA REVISTA SCIENCE

Descubrimiento del Torque de Luz, nueva propiedad de la luz

GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN APLICACIONES DEL LÁSER Y FOTÓNICA,
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA



USALES

@usal
@universidaddesalamanca



*Foto: Kevin Dorney, Kapteyn-Murnane group, JILA - University of Colorado Boulder.

ON VIEW

For Art Basel, Miami's Swankiest Garage
Becomes a Gallery Yet Again

01



No one rejects, dislikes
or avoids pleasure itself,
because it is pleasure,
but because those who
do not know

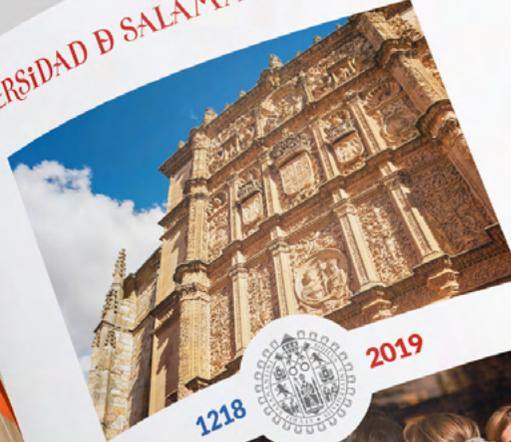
62

One Magazine | Issue 132

60

One Magazine | Issue 132

UNIVERSIDAD D SALAMANCA



1218



2019



USALES



Apoyando la igualdad de oportunidades

Número de mujeres matriculadas:

13.156 en Grado | 1.182 en Máster
1.268 en Doctorado | 1.268 en Títulos Propios

Número de mujeres contratadas:

1.009 en Personal Docente e Investigador
691 en Personal de Administración y Servicios

USAL.ES

@usal
f@universidaddesalamanca



*Datos extraídos del Observatorio de la Calidad y el Rendimiento Académico. [Indicadores.usal.es](http://indicadores.usal.es)



* Lara, última mujer en unirse a la USAL

18.646 MUJERES FORMAN PARTE DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

E
K

el futuro es ahora

27.902
estudiantes matriculados

2.300
personal docente e investigador

1.210
personal de administración y servicios

+300 titulaciones ofertadas

9 campus distribuidos en 3 provincias

26 Facultades y Escuelas Superiores

57 Departamentos

13 Institutos de Investigación

11 Centros Tecnológicos,
Culturales y de Estudio

Fórmate en la primera
universidad de Castilla y León

USAL.ES



OFFICE
The Mockups Penalties
Pc. 7825. Country.
6713062
8502841
31ppynails.com

AZINE

OCKUP



WWW.ZIBBYPIXELS.COM

1.5 | Aplicaciones editoriales

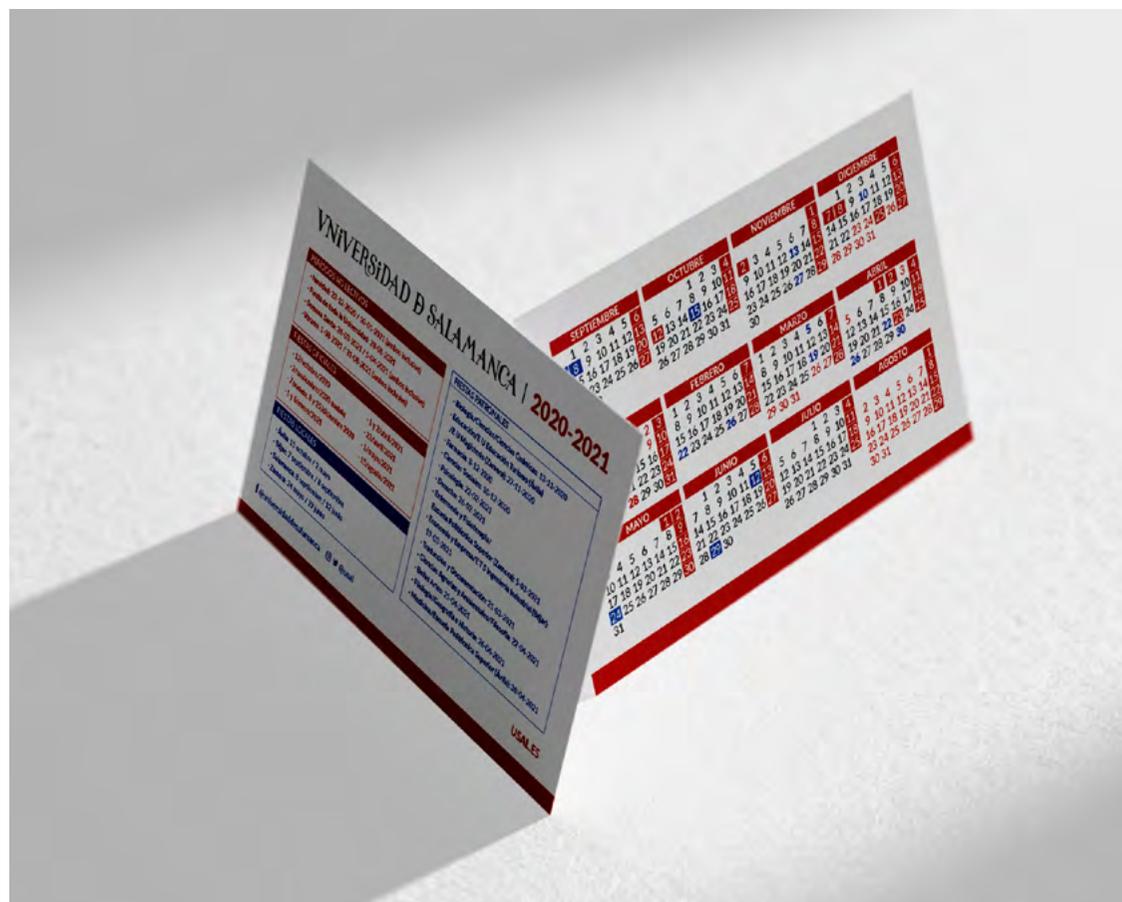
Anualmente la Universidad edita materiales informativos sobre sus procedimientos administrativos y materiales de uso diario para la comunidad del personal de administración y servicios y del personal docente e investigador.

También se incluyen las dos publicaciones conmemorativas que se editan todos los años en dos fechas relevantes: la Inauguración del Curso Académico y la celebración de Santo Tomás de Aquino.

1.5.I CALENDARIOS	93
1.5.II PDFs INFORMATIVOS	97
1.5.III EDICIONES CONMEMORATIVAS	100

1.5.I | CALENDARIOS (bolsillo, pared y sobremesa)

Tres tipos de calendarios edita anualmente la Universidad de Salamanca: tamaño tarjeta (bolsillo), pared y sobremesa. Estos materiales son utilizados durante un curso académico completo por todos los miembros del personal de administración y servicios y del personal docente e investigador, convirtiéndose en una herramienta perfecta de difusión y consolidación de la línea gráfica institucional dentro de su personal.





VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Calendario Actividades Docentes

2020-2021

SEPTIEMBRE							OCTUBRE							NOVIEMBRE						
1	2	3	4	5	6		1	2	3	4			1	2	3	4	5	6	7	8
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22
28	29	30					26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29
														30						

DICIEMBRE							ENERO							FEBRERO						
1	2	3	4	5	6		1	2	3			1	2	3	4	5	6	7		
7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14
14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21
21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28
28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	31							

MARZO							ABRIL							MAYO						
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4		1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23
29	30	31					26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30
														31						

JUNIO							JULIO							AGOSTO						
1	2	3	4	5	6		1	2	3	4		1	2	3	4	5	6	7	8	
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22
28	29	30					26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29
														30	31					

SEPTIEMBRE						
1	2	3	4	5	6	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

PERIODOS NO LECTIVOS

Huasteca: 19-12-2020 / 10-1-2021 (ambos incluidos)
 Fiesta de Santa Catalina: 28-6-2021
 Semana Santa: 28-3-2021 / 4-4-2021 (ambos incluidos)
 Verano: 1-8-2021 / 31-8-2021 (ambos incluidos)

FESTAS OFICIALES

12-10-2020, 2-11-2020 (ambos incluidos) / 12-10-2020 (por convenio)
 8-12-2020, 29-12-2020, 1-1-2021, 6-1-2021
 1-4-2021, 3-4-2021, 28-4-2021, 3-5-2021, 12-5-2021

FESTAS LOCALES

Anillo: 19-10-2020, 2-9-2021
 Béjar: 7-9-2020, 8-9-2020
 Salamanca: 19-10-2020, 12-4-2021
 Zamora: 24-9-2021, 27-9-2021

FESTAS PATRONALES

Biología/Ciencias/Ciencias Químicas: 19-11-2020
 Educación E U Magisterio (General)
 U de Extremadura Nacional (Lérida): 27-11-2020
 Ciencias Sociales: 10-12-2020
 Farmacia: 9-12-2020
 Filosofía: 22-9-2021, December: 26-2-2021
 Economía y Finanzas/Escuela Politécnica Superior (Zamora): 5-3-2021
 Ingeniería y Organización: 21-3-2021
 Ciencias Agrarias/ Filosofía: 22-4-2021
 Bellas Artes: 26-4-2021
 Filología/Ciencias e Historia: 24-4-2021
 Medicina/Escuela Politécnica Superior (Lérida): 20-04-2021

A este calendario de actividades docentes se incorporan las fiestas nacionales, autonómicas o locales propias en el calendario laboral, así como las fiestas patronales de cada Centro, en el día que le corresponde Junta de Centros.

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Calendario Actividades Docentes 2020-2021

USALES

Escuela de Docentes
C/Alfonso de Ercilla, 123
41013 Sevilla

AGOSTO

2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

- 07/09 - Fiesta local en Béjar.
- 08/09 - Fiesta local en Béjar.
- 09/09 - Fiesta local en Salamanca.

28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

OCTUBRE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----





UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Diciembre

7	8	1	2	3	4	5	6
14	15	16	17	18	19	20	27
21	22	23	24	25	26	13	14
28	29	30	31				

1	2	3	4	5	6	7	8
15	16	17	18	19	20	21	22
29	30	31					

- 0712 - Fiesta de la Constitución (por tardada)
- 0812 - Fiesta de la Inmaculada Concepción
- 0912 - Fiesta Provincial de Fiestas
- 1912 - Sanro Párrago de Anselmo
- 2012 - Fiesta Nacional de Señor

1	2	3	4	5	6	7	8
15	16	17	18	19	20	21	22
29	30	31					



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Enero

1	2	3	4	5	6	7	8
15	16	17	18	19	20	21	22
29	30	31					

1	2	3	4	5	6	7	8
15	16	17	18	19	20	21	22
29	30	31					

- 0111 - Día Internacional de la Paz
- 0211 - Día Internacional de la Lengua Materna
- 0311 - Día Internacional de la Mujer
- 0411 - Día Internacional de la Salud Mental
- 0511 - Día Internacional de la Diversidad Cultural
- 0611 - Día Internacional de la Crianza
- 0711 - Día Internacional de la Juventud
- 0811 - Día Internacional de la Juventud Indígena
- 0911 - Día Internacional de la Alfabetización
- 1011 - Día Internacional de la Juventud
- 1111 - Día Internacional de la Juventud
- 1211 - Día Internacional de la Juventud

1	2	3	4	5	6	7	8
15	16	17	18	19	20	21	22
29	30	31					

1.5.II | PDFs INFORMATIVOS

Para facilitar los procesos administrativos que deben seguir los futuros alumnos de la Universidad de Salamanca, cada curso académico se editan diversos pdf que tienen como objetivo guiar al estudiante en todo el proceso.

01



Entrega documentación de matrícula curso 2020/2021

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Sede Electrónica

02



Entrega documentación de matrícula curso 2020/2021



Acceso sede.usal.es/procedimientos



04



Entrega documentación de matrícula curso 2020/2021



Rellena tus datos personales



03



Entrega documentación de matrícula curso 2020/2021



Identifícate con tu **idUSAL**



Estas credenciales se te proporcionan por correo electrónico con carácter previo a la matriculación

05



Entrega documentación de matrícula curso 2020/2021



Rellena los datos de tu titulación



1.- Escribe la titulación en la que te has matriculado.

Ejemplo:
Grado en Bellas Artes

2.- Selecciona el centro que recibe la documentación (donde cursarás tus estudios).

Ejemplo:
30101-02_ADMINISTRACIÓN BELLAS ARTES

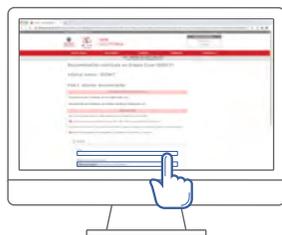
06



Entrega documentación
de matrícula curso 2020/2021

5

Sube la documentación requerida



Los estudiantes deberá aportar
la documentación que figura
en la siguiente dirección:

usal.es/node/101259

Características de los archivos:

- Formato obligatorio: PDF.
- Tamaño máximo: 50MB.
- NO DEBEN ESTAR BLOQUEADOS
CONTRA LECTURA Y/O ESCRITURA.

08



Entrega documentación
de matrícula curso 2020/2021

Para cualquier tipo de consulta

sede@usal.es

+34 923 29 44 00

07



Entrega documentación
de matrícula curso 2020/2021

6

Justificante de solicitud



**¡TU DOCUMENTACIÓN
HA SIDO APORTADA
SATISFACTORIAMENTE!**

- Puedes descargarte el justificante
del procedimiento.
- El justificante se almacenará
en tu área personal.

Para finalizar,
pulsa en **CONTINUAR**.

09

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Sede Electrónica



Entrega documentación
de matrícula curso 2020/2021

1.5.III | EDICIONES CONMEMORATIVAS

Durante los meses de septiembre y enero tienen lugar la Inauguración del Curso Académico y la Festividad de Santo Tomás de Aquino, respectivamente. Con motivo de dichas celebraciones, la Universidad de Salamanca edita los discursos que realizan los expertos nombrados para cada ocasión y se recogen en una publicación.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA



VICENTE GONZÁLEZ MARTÍN

Las literaturas
italiana y española:
un ensueño
intercambiable

Lección inaugural del Curso Académico 2020-2021



Lección inaugural
del Curso Académico 2020-2021

SECRETARÍA GENERAL
2020

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

VICENTE GONZÁLEZ MARTÍN | Las literaturas italiana y española: un ensueño intercambiable | 2020



VNIVERSIDAD D SALAMANCA



Festividad
de Santo Tomas de Aquino
SECRETARÍA GENERAL
28/01/2020
VNIVERSIDAD D SALAMANCA

ISABEL
SUÁREZ GONZÁLEZ

**Estrategia universitaria:
para quien no sabe dónde va,
cualquier camino sirve**

2020 Festividad de
Santo Tomás de Aquino

2 | Facultades y Escuelas
Servicios Universitarios
Departamentos
Grupos de Investigación

2.1 | Simbología

Este apartado se centra en el desarrollo compositivo y estructural del logotipo Universidad de Salamanca, junto a la Facultad o Escuela Superior correspondiente, al que se denomina “la marca”.

Al igual que en la sección de la Universidad de Salamanca, se recogen los aspectos más técnicos y compositivos de las marcas de los Centros y Servicios. Se aconseja una lectura detallada de los usos debidos e indebidos para una mejor comprensión de cómo utilizarla.

Para las normativas cromática y tipográfica aplicables se debe seguir los parámetros explicados en la primera parte de la Universidad de Salamanca.

2.1.I MARCA PRINCIPAL	106
2.1.II VERSIONES MONOCROMÁTICAS	108
2.1.III CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA	109
2.1.IV REPRODUCCIÓN SOBRE CUADRÍCULA	110
2.1.V TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN	111
2.1.VI DISTANCIAS MÍNIMAS	112
2.1.VII USOS DEBIDOS	113
2.1.VIII USOS INDEBIDOS	117
2.1.IX ESTILOS PICTOGRAMAS	122

Todas las Facultades, Escuelas y Servicios Universitarios podrán descargarse un pack con su marca y sus versiones cromáticas en diferentes formatos de archivo: vectorial eps, jpg, png con fondo transparente y pdf en la página web identidadcorporativa.usal.es.

2.1.I | MARCA PRINCIPAL

La marca se compone de dos elementos tipográficos: la composición del logotipo Universidad de Salamanca y el logotipo con el nombre de la Facultad o Escuela correspondiente. Según el orden tradicional de lectura, en primer término de la composición se sitúa la institución a la que pertenece la Facultad o Escuela. La Universidad de Salamanca, aparece representada por su grafismo único, propio, característico y reconocible a nivel internacional: la tipografía Vitor. Debajo de estos elementos, dividido en dos líneas, se sitúa el nombre de la Facultad o Escuela.

Dentro de esta microestructura, se diferencian los pesos tipográficos que separan y jerarquizan el texto: un peso regular con una función aclaratoria y referencial de la Facultad, Escuela o Servicio, y un peso black, rotundo y contundente que nombra, identifica e individualiza el centro o servicio al que se pretende hacer referencia.

Además, se ofrece otra lectura de la composición, en función de la estructura cromática. En este caso, el rojo institucional se utiliza en primer plano para destacar el nombre de la Facultad, Escuela o Servicio correspondiente. En segundo plano y en color gris oficial de la USAL, se sitúa el nombre de la institución a la que pertenece.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Servicio de **Producción
e Innovación Digital**

2.1.I | MARCA PRINCIPAL (excepciones)

En ocasiones, pueden darse la circunstancia de que un Departamento de la una Facultad o Escuela o una Unidad o Área de un Servicio Universitario deba firmar la comunicación/producto incluyendo la unidad administrativa superior a la que pertenece. Para ese tipo de casos, se contempla la posibilidad de la convivencia de ambos, en una sola marca.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Estadística**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Administración
y Economía de la Empresa**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Servicio de **Producción
e Innovación Digital**
Gabinete Gráfico

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Servicio de **Producción
e Innovación Digital**
Unidad de
Marketing Digital

2.1.II | VERSIONES MONOCROMÁTICAS

Toda marca debe contemplar la posibilidad de poder reproducirse monocromáticamente.

Aquí se muestran las dos versiones de la marca, monocromática en gris y monocromática en blanco. Para un uso correcto de las mismas, se recomienda leer las secciones “Usos debidos” y “Usos indebidos” de este apartado.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Servicio de **Producción
e Innovación Digital**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Servicio de **Producción
e Innovación Digital**

2.1.III | CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA

Toda marca debe poder ser reproducida dentro de una estructura geométrica, de tal forma que cualquier tipo de público pueda reconocerla al instante.

La marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario y versiones derivadas se compone de un rectángulo cuya línea horizontal es cuatro veces y media la línea vertical.

Esa estructura se divide a su vez en dos unidades: la superior, que acoge el logotipo Universidad de Salamanca, y la inferior que hace referencia a la Facultad, Escuela o Servicio y sus versiones derivadas. La primera unidad marca el máximo horizontal permitido en la estructura, cumpliendo la función de dar cobijo a su Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

La unidad restante indica el valor vertical de la superior, siendo la altura del logotipo Universidad de Salamanca $1+1/2$ la altura de la X del nombre de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario. El valor de X indica la separación entre las dos unidades, consiguiendo el equilibrio compositivo y una lógica estructural y visual.



2.1.IV | REPRODUCCIÓN SOBRE CUADRÍCULA

La reproducción sobre cuadrícula es otra de las fórmulas de composición geométrica y detallada la estructura de la marca. En este caso, el rectángulo formado por la marca tiene unas medidas de $18x * 4x$.

El valor de $1x$ es igual a:

- = altura del logotipo Universidad de Salamanca (excluyendo ligaduras y florituras).
- = separación entre unidades compositivas.
- = altura de la X más interlineado del nombre de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.



2.1.V | TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN

El valor mínimo de reproducción permitido para la marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario es:
13mm de altura o 49px.

Por debajo de ese tamaño, no se asegura una legibilidad óptima de todos sus elementos, perdiendo la identidad del mensaje

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

13mm | 49px

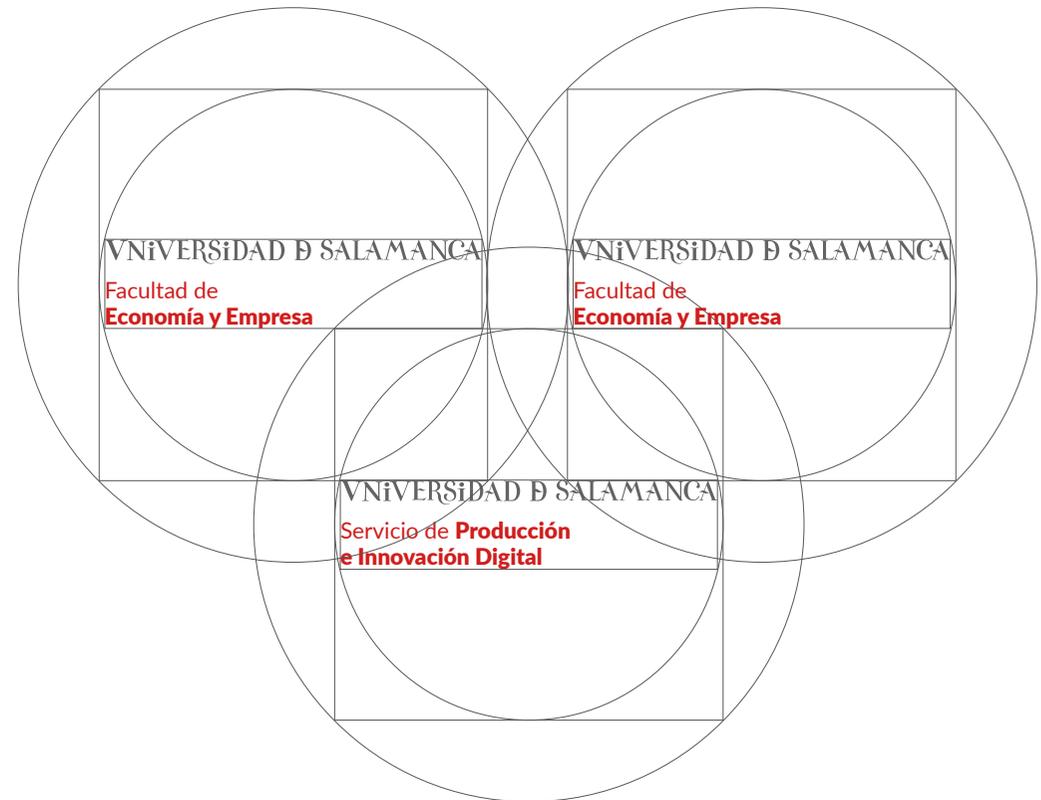
VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Servicio de **Producción e Innovación Digital**

13mm | 49px

2.1.VI | DISTANCIAS MÍNIMAS

Para averiguar la distancia mínima que debe respetarse en un conjunto de logos junto a la marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario, se recomienda trazar el rectángulo contenedor de la misma, sacar un círculo que lo contenga, un cuadrado que contenga a ese mismo círculo y así se obtendrá la distancia vertical que debe respetarse. Para obtener la distancia horizontal, el último cuadrado se contendrá en un círculo, y esa distancia interior es la distancia mínima horizontal que debe respetarse entre marca y marca.



2.1.VII | USOS DEBIDOS

Junto con los tamaños mínimos, el uso correcto de una marca es una de las claves para una legibilidad óptima y una unidad gráfica corporativa.

En el caso del uso de las marcas, junto a los colores corporativos, se permite:

- Uso de las versiones principales y su versiones cromáticas en escalas de grises sobre fondo blanco.
- Sobre fondos de color Rojo Vitor, Gris aluminio o Azul VIII Centenario, se recomienda el uso de la versión monocromática invertida, es decir, en blanco.

USOS CROMÁTICOS PERMITIDOS SOBRE LOS COLORES INSTITUCIONALES

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Estadística**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Estadística**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Estadística**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Estadística**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad de **Economía y Empresa**
Departamento de **Estadística**

USOS CROMÁTICOS SOBRE LA ESCALA DE GRISES

VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			
VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			
VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			
VNiVERSiDAD Đ SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			

- En fondos en tonalidades grises, desde el gris oscuro (negro al 80%) hasta el gris medio/claro (negro al 35%), se debe utilizar la versión monocromática invertida, en blanco.
- Desde el gris claro/medio (negro al 30%) hasta el gris claro (negro al 15%), se debe utilizar la versión monocromática.
- Desde el gris claro (negro al 10%) hasta el blanco, se permite el uso de la versión principal de la marca, ya que la tonalidad del fondo es tan leve que el color institucional Rojo Vitor no pierde legibilidad.

* Ésto es aplicable a las marcas Universidad de Salamanca/Facultad, Escuela o Servicio Universitario + Departamento o Unidad.

USOS CROMÁTICOS SOBRE TONALIDADES OSCURAS

VNiVERSiDAD D SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			
VNiVERSiDAD D SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			

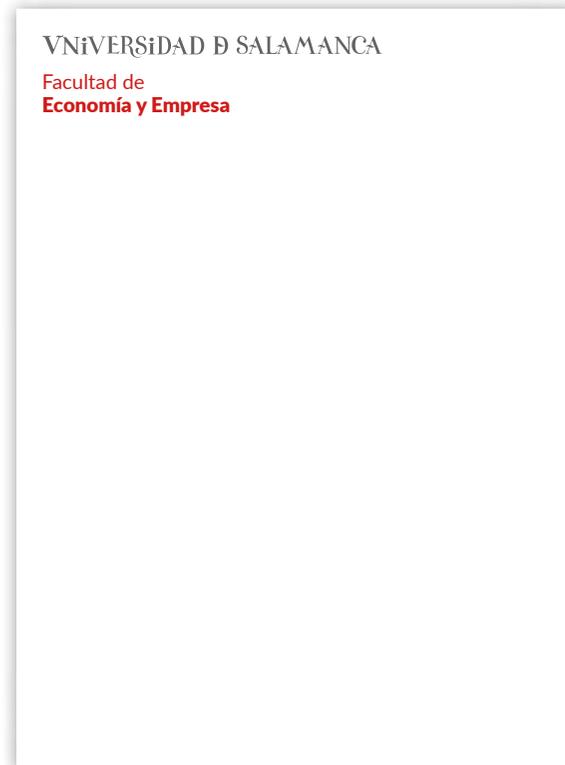
USOS CROMÁTICOS SOBRE TONALIDADES CLARAS

VNiVERSiDAD D SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			
VNiVERSiDAD D SALAMANCA Facultad de Economía y Empresa			

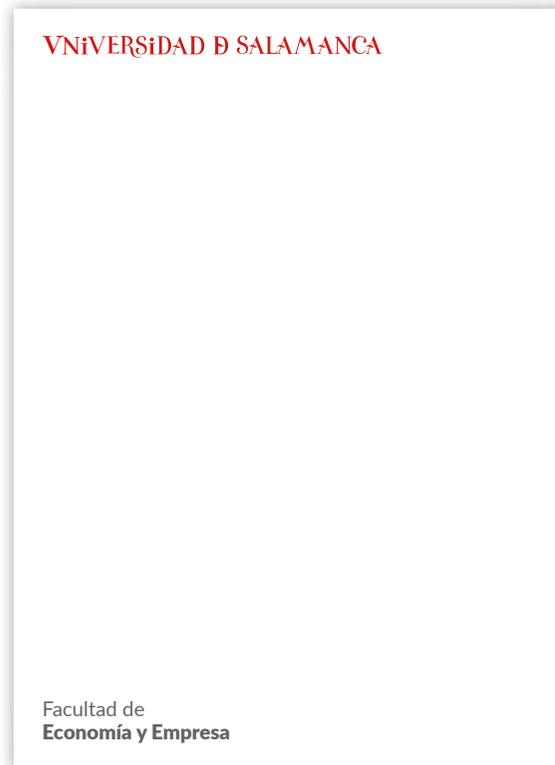
USOS CROMÁTICOS SOBRE IMÁGENES Y TEXTURAS



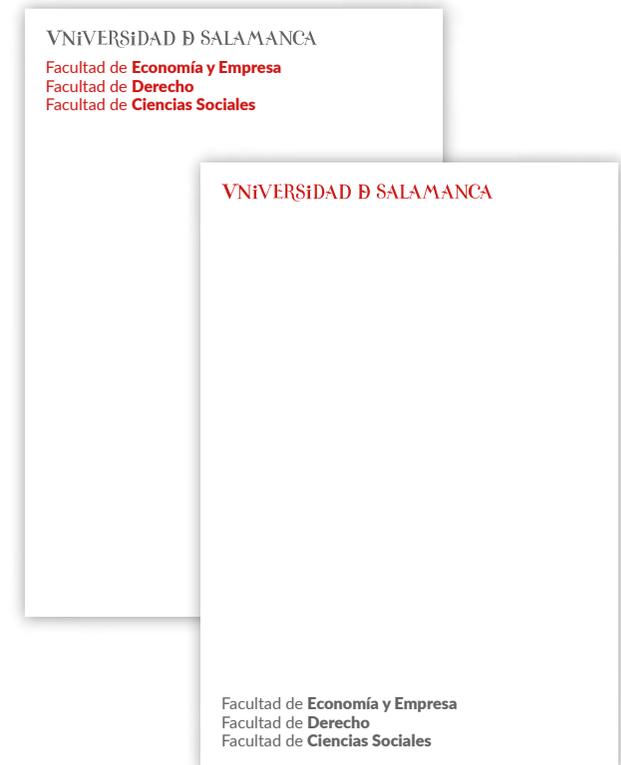
UBICACIÓN DE LA MARCA EN UN DOCUMENTO



Se ubicará en la esquina superior izquierda, siempre que el elemento principal del mensaje sea la marca. Tamaño: 2/3 de la superficie horizontal, sin contar márgenes y sangrados.



Cuando el mensaje principal sea la promoción de un evento, de la índole que sea, el logotipo Universidad se mantendrá en la esquina superior y el nombre del centro o servicio bajará junto con el resto de organizadores. Mismo tamaño.



Cuando haya dos o más centros o servicios, se mantienen los tamaños y normas de colocación anteriores, enumerándolos por orden alfabético o por relevancia en el acontecimiento promocionado.

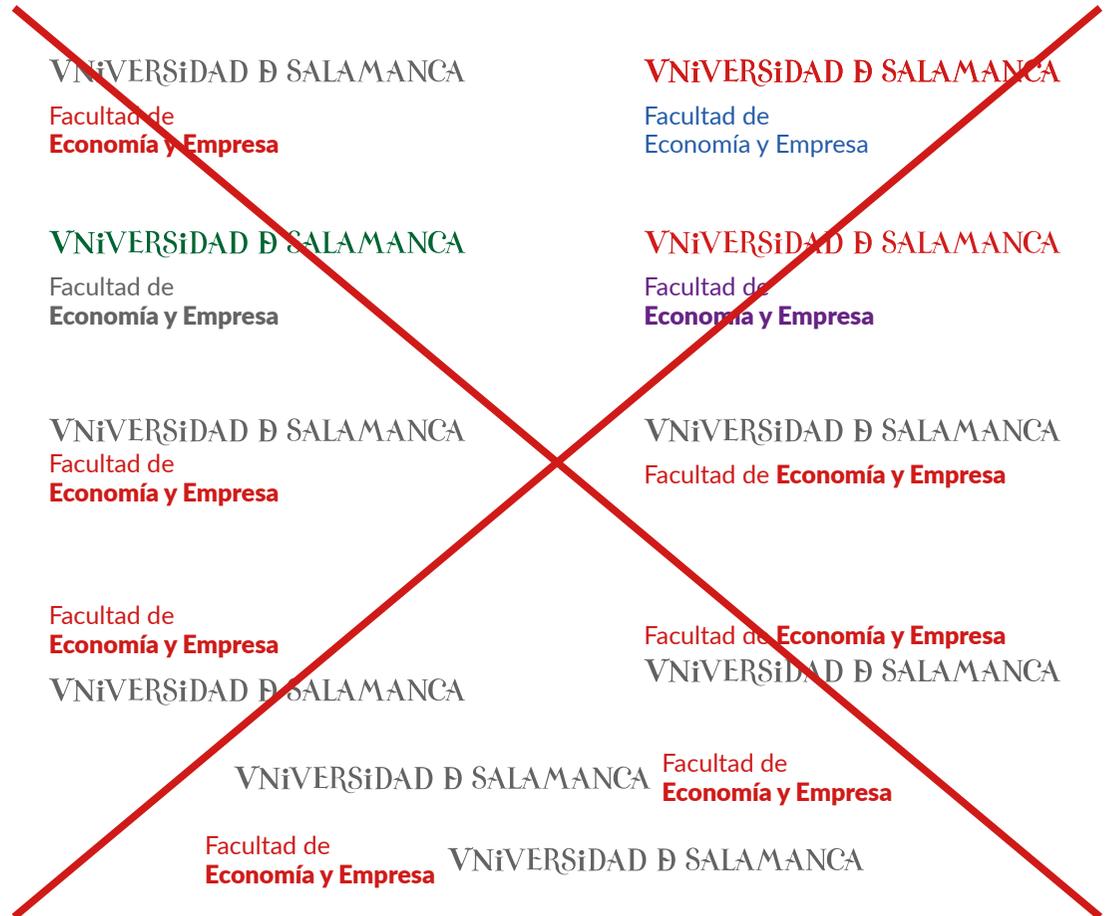
2.1.VIII | USOS INDEBIDOS

Modificaciones no permitidas:

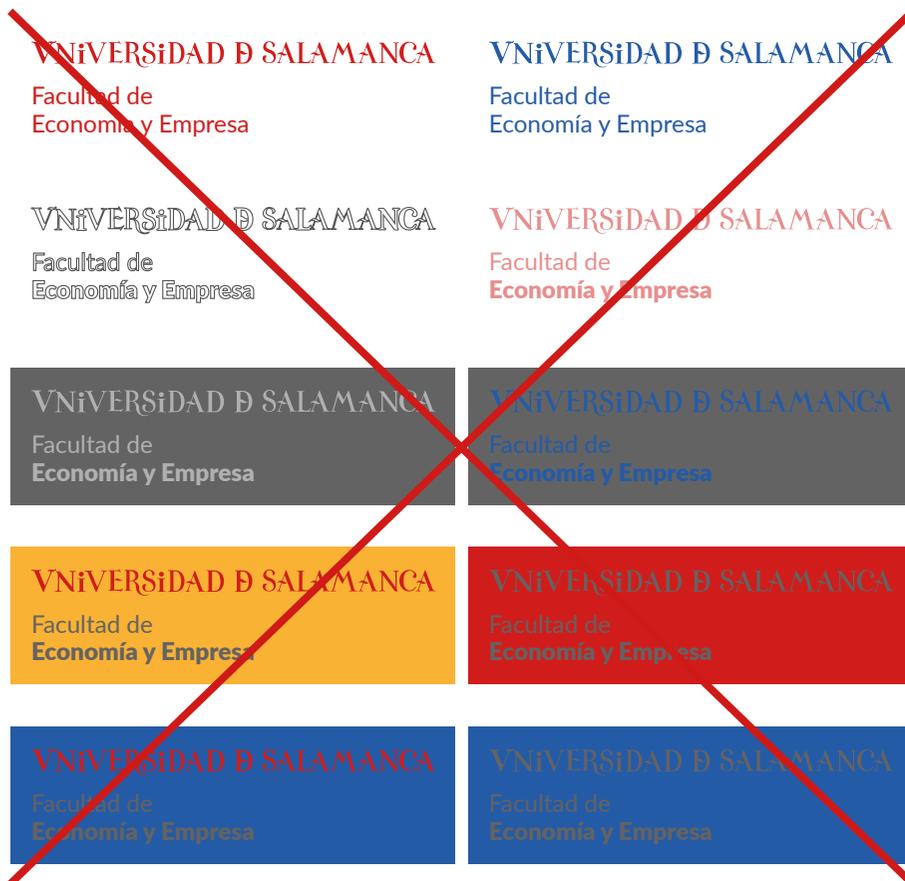
- Variaciones cromáticas diferentes a las contempladas en este Manual.
- Alteraciones de la composición de los elementos.
- Modificaciones de la familia tipográfica, sus pesos o estilos.
- Modificaciones del orden de lectura de los elementos.
- Modificaciones de las proporciones de sus elementos compositivos.
- Cualquier otra variación que no esté recogida en este Manual como Usos debidos.

* En caso de que el producto a desarrollar no permita el uso debido de la marca, por favor, consulte su uso al email o extensión incluidos en la penúltima página del documento.

USOS NO PERMITIDOS DE LA MARCA



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS SOBRE LOS COLORES INSTITUCIONALES



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS SOBRE LA ESCALA DE GRISES



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS SOBRE TONALIDADES OSCURAS



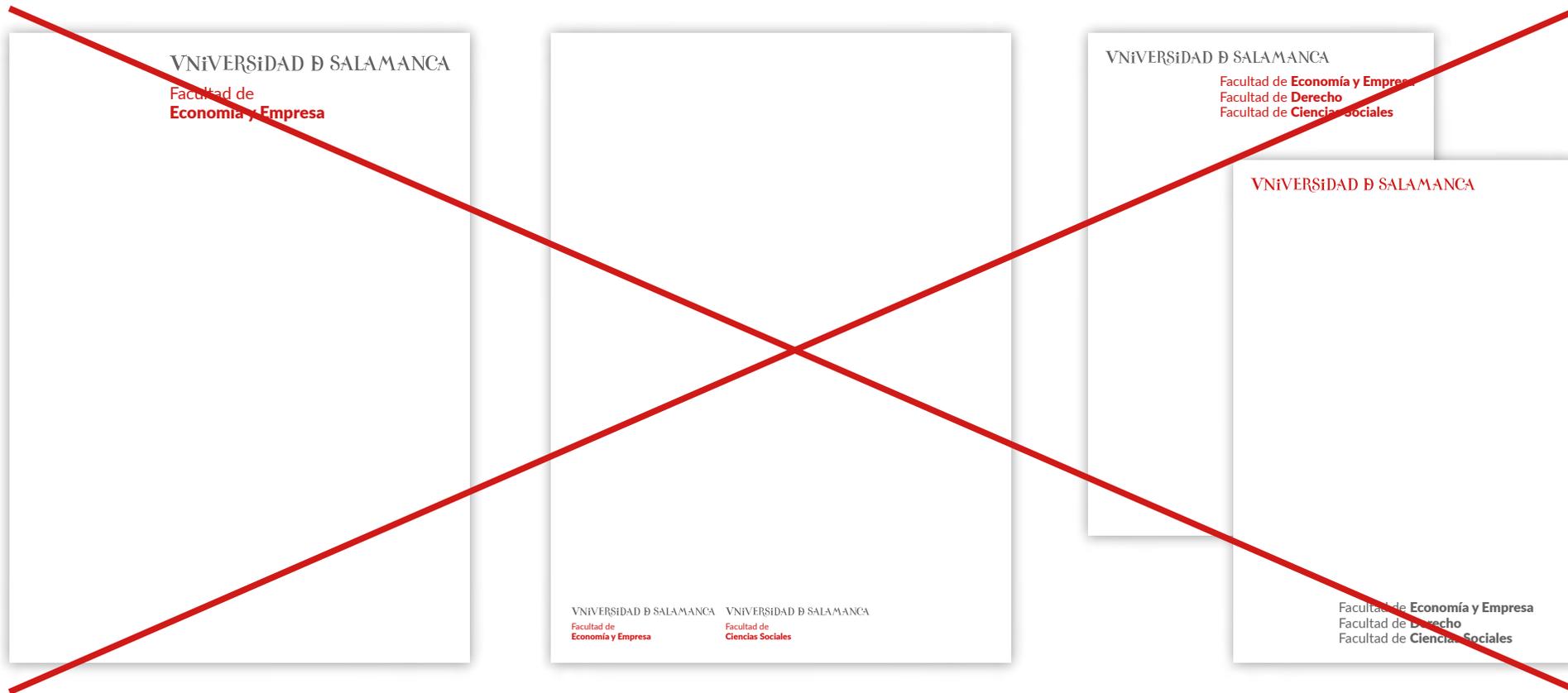
USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS TONALIDADES CLARAS



USOS CROMÁTICOS NO PERMITIDOS IMÁGENES Y TEXTURAS



UBICACIONES DE LA MARCA NO PERMITIDAS EN UN DOCUMENTO

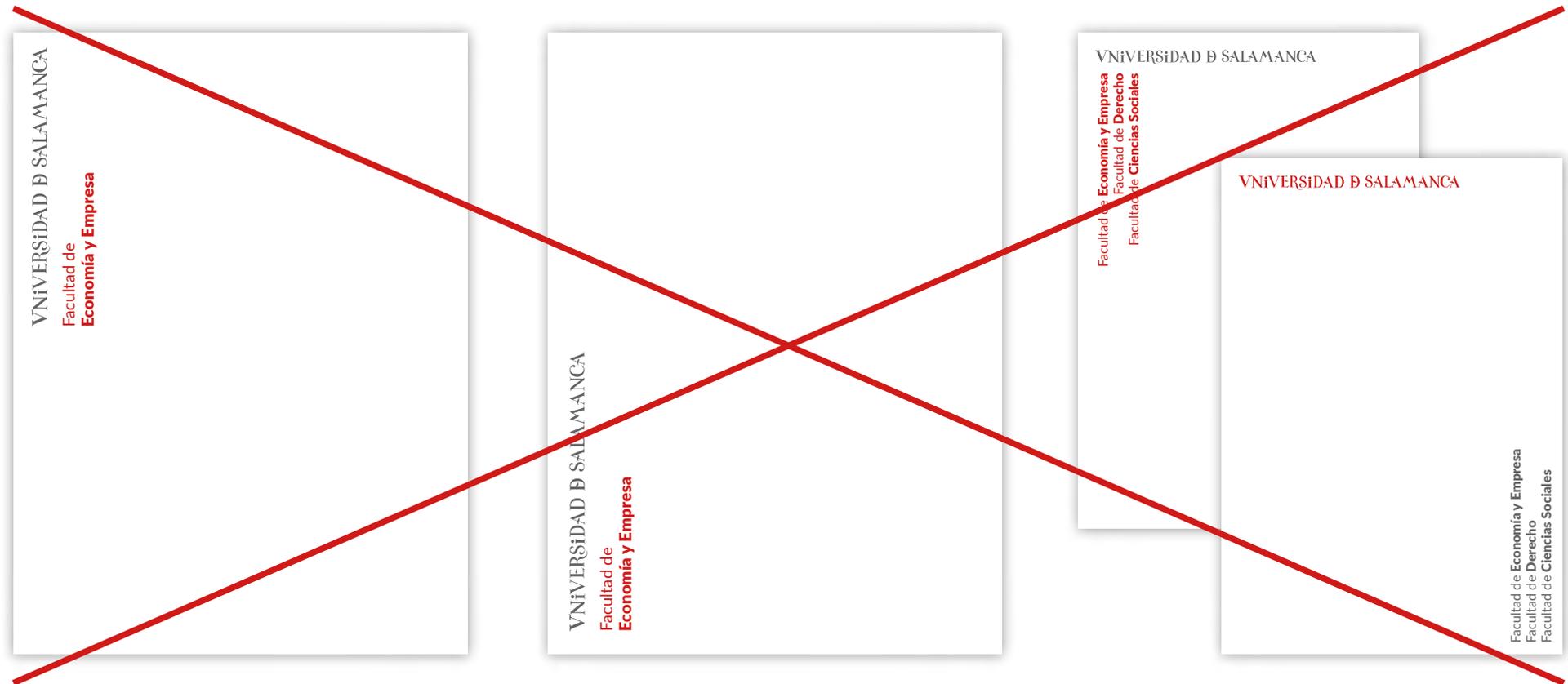


No se permite justificación a la derecha o central de la marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario. Ver sección “Usos debidos” de este apartado.

En una enumeración de varias Facultades, Escuelas o Servicios Universitarios, no se permite la repetición del logotipo Universidad de Salamanca. Ver sección “Usos debidos”.

No se permite la separación y alteración de las justificaciones a los márgenes de varias marcas. Ver sección “Usos debidos” de este apartado.

UBICACIONES DE LA MARCA NO PERMITIDAS EN UN DOCUMENTO



No se permite la alteración del orden de lectura y posición de la marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario. Ver sección “Usos debidos” de este apartado. *Consultar si es necesario.*

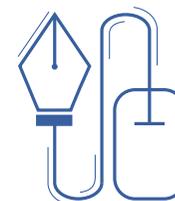
No se permite la alteración del orden de lectura y posición de la marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario. Ver sección “Usos debidos” de este apartado. *Consultar si es necesario.*

No se permite la alteración del orden de lectura y separación en una enumeración de varias marcas. Ver sección “Usos debidos” de este apartado. *Consultar si es necesario.*

2.1.IX | ESTILOS GRÁFICOS (iconos offline/online)

Se contempla la posibilidad de que los Servicios estén formados por Unidades o Áreas de trabajo, incluso Proyectos que se desarrollan a lo largo del tiempo, que necesiten tener algún recurso gráfico que los identifique. Para esos casos, se desarrollan colecciones de pictogramas que recogen conceptualmente la labor de ese equipo de trabajo o la visión global del proyecto en concreto.

BIBLIOTECA REPRESENTATIVA DE LAS UNIDADES DE UN SERVICIO (Servicio de Producción e Innovación Digital)



2.2 | Aplicaciones básicas (papelería)

En este apartado se desarrollan las aplicaciones básicas de la marca Universidad de Salamanca + Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

Principalmente papelería y material básico de oficina, plantillas para uso de personal de administración y servicios y PDI.

Sección 2.2.I.

Para facilitar su aplicación, se elaboran y entregan plantillas de Word para uso del personal de todos los documentos descritos en esta sección.

Sección 2.2.II.

Se entregan los archivos finales para impresión de cada una de las opciones mostradas.

Sección 2.2.III, 2.2.IV y 2.2.V.

Se muestran los materiales, pero se desarrollarán a petición de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario. Para solicitarlo, es necesario contactar con el email o extensión indicados en la penúltima página de este documento.

** El Servicio de Producción e Innovación Digital realizará los archivos finales necesarios para la producción de dichos materiales.*

No gestionará ni asumirá los trámites necesarios con imprenta, presupuestos, costes de producción, entregas o recogidas que supongan la realización de los mismos.

2.2.I DOCUMENTOS (plantillas Word)	
Hoja carta	125
Documento genérico	126
Documento genérico sin datos	127
Hoja carta departamento + cargo	128
Documento genérico departamento + cargo	129
Planes de estudio	130
Documento con portada	132
Carta de servicios	133
2.2.II SOBRES	134
2.2.III SELLO	138
2.2.IV TARJETAS	
Tarjetas cargos del decanato o dirección	140
Tarjetas profesorado o técnicos	141
2.2.V CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO	
Carpeta díptico sencilla 1	143
Carpeta díptico sencilla 2	146
Carpeta díptico con solapas	149
Binder	151
CD	152
Pendrive	153

2.2.1 | DOCUMENTOS (hoja carta)

Documento utilizado como carta de presentación, invitación, notificaciones, acta, introducción a otros documentos o como contenedor de cualquier otro tipo de información institucionalmente relevante de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

Se recomienda firmar y sellar.

Uso aconsejado para documentos cuya extensión no supere las tres páginas.

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Salamanca, [Fecha - doble clic]

Estimado,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque sollicitudin semper quam. Fusce tincidunt convallis auctor. Aenean sagittis ultrices sapien id aliquam. Suspendisse ac tempor ante. Aenean fermentum diam neque, id interdum nibh hendrerit ac. Ut dignissim efficitur ultricies. zQuisque sit amet mauris sapien. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In accumsan suscipit est non vulputate. Sed sagittis feugiat elit a viverra. Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor mauris nec iaculis ultrices. Curabitur vel orci nec neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a mauris sit amet ipsum luctus pellentesque non vel sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur nisi sed metus porttitor, a scelerisque justo ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fusce non nisi sem. Nulla imperdiet fringilla nibh, in pretium augue. Nam congue enim at augue tristique, ac pretium velit suscipit. Fusce mattis semper neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque turpis nulla, malesuada id lacus at, consequat suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestibulum eget erat urna. Suspendisse dignissim at arcu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dictum fermentum, convallis vel nibh. Maecenas vel orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis laoreet ex, eu imperdiet tortor pellentesque eu.

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nunc. Phasellus semper magna nec neque faucibus, nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed metus interdum placerat. Phasellus pharetra, nibh et posuere rhoncus, mauris velit lobortis enim. nec aliquam erat augue sed elit. Maecenas at lorem velit. Vestibulum enim sapien, rutrum sed odio ut, aliquam ullamcorper lorem. Quisque lacinia non ligula ac egestas. Suspendisse blandit blandit convallis. Mauris maximus nulla et lobortis placerat. Nullam non nibh sed tellus aliquet efficitur quis et ligula. Aenean viverra magna erat, id eleifend quam porttitor sed. Proin condimentum tincidunt augue, sit amet pulvinar neque molestie vitae.

Quisque scelerisque magna vitae erat pretium mollis. Ut pellentesque dui sed lectus maximus varius. Donec rhoncus nibh a ante ultrices egestas. Cras lobortis, dolor vel volutpat viverra, metus urna dignissim ante, ullamcorper volutpat massa velit non enim. Vivamus sed ornare quam. Pellentesque laoreet velit interdum lectus rhoncus, nec rhoncus nisi ultrices. Praesent quis nibh dapibus, tincidunt urna vitae, volutpat tellus. Integer hendrerit sodales fringilla. In ac facilisis nulla, ut congue lacus. Praesent placerat dolor sapien. Cras at purus risus. Sed nec aliquam est. Vestibulum placerat sed erat eu rhoncus. Suspendisse in faucibus nisi. Praesent quis ultricies elit, sed ultricies justo.

Campus Miguel de Unamuno
Paseo Francisco Tomás y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)

facultadeconomiayempresa.usal.es
dec.feye@usal.es
+34 923 29 45 61

2.2.I | DOCUMENTOS (documento genérico)

Documento institucional de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario, de ahí los datos al pie de página, cuya extensión supere las tres páginas y su información no tenga tanta relevancia como para utilizar el documento anterior (página 125).

Uso aconsejado para documentos cuya extensión supere las tres páginas.

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque sollicitudin semper quam. Fusce tincidunt convallis auctor. Aenean sagittis ultrices sapien id aliquam. Suspendisse ac tempor ante. Aenean fermentum diam neque, id interdum nibh hendrerit ac. Ut dignissim efficitur ultrices. zQuisque sit amet mauris sapien. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In accumsan suscipit est non vulputate. Sed sagittis feugiat elit a viverra. Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor mauris nec iaculis ultrices. Curabitur vel orci nec neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a mauris sit amet ipsum luctus pellentesque non vel sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur nisi sed metus porttitor, a scelerisque justo ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fusce non nisi sem. Nulla imperdiet fringilla nibh, in pretium augue. Nam congue enim at augue tristique, ac pretium velit suscipit. Fusce mattis semper neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque turpis nulla, malesuada id lacus at, consequat suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestibulum eget erat urna. Suspendisse dignissim at arcu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dictum fermentum, convallis vel nibh. Maecenas vel orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis laoreet ex, eu imperdiet tortor pellentesque eu.

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nunc. Phasellus semper magna nec neque faucibus, nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed metus interdum placerat. Phasellus pharetra, nibh et posuere rhoncus, mauris velit lobortis enim, nec aliquam erat augue sed elit. Maecenas at lorem velit. Vestibulum enim sapien, rutrum sed odio ut, aliquam ullamcorper lorem. Quisque lacinia non ligula ac egestas. Suspendisse blandit blandit convallis. Mauris maximus nulla et lobortis placerat. Nullam non nibh sed tellus aliquet efficitur quis et ligula. Aenean viverra magna erat, id eleifend quam porttitor sed. Proin condimentum tincidunt augue, sit amet pulvinar neque molestie vitae.

Quisque scelerisque magna vitae erat pretium mollis. Ut pellentesque dui sed lectus maximus varius. Donec rhoncus nibh a ante ultricies egestas. Cras lobortis, dolor vel volutpat viverra, metus urna dignissim ante, ullamcorper volutpat massa velit non enim. Vivamus sed ornare quam. Pellentesque laoreet velit interdum lectus rhoncus, nec rhoncus nisi ultrices. Praesent quis nibh dapibus, tincidunt urna vitae, volutpat tellus. Integer hendrerit sodales fringilla. In ac facilisis nulla, ut congue lacus. Praesent placerat dolor sapien. Cras at purus risus. Sed nec aliquam est. Vestibulum placerat sed erat eu rhoncus. Suspendisse in faucibus nisi. Praesent quis ultricies elit, sed ultricies justo.

Vivamus nec magna ligula. Praesent condimentum sit amet sem id malesuada. Mauris in venenatis orci, eu posuere nisi. Donec non purus ante. Sed a massa ac nibh posuere pellentesque ut posuere mauris. Curabitur accumsan nisi nunc, eu hendrerit eros ornare vel. Nulla orci odio, dapibus eu convallis vel, feugiat et urna. In a enim quis eros tristique placerat. Aliquam id enim suscipit, efficitur leo non, porta mi.

Nunc dignissim dapibus eleifend. Duis sit amet rutrum ex, eu tincidunt libero. Donec blandit, orci a eleifend viverra, erat sapien tincidunt ipsum, vitae sagittis nisi neque vitae lorem. Morbi rutrum turpis non semper tempus. Phasellus id nisi erat. Proin lacus magna, venenatis vel fermentum sit amet, tristique et massa. Aliquam vestibulum semper lectus vitae interdum. Vivamus sit amet urna non turpis lobortis varius. Maecenas tristique ultrices augue non feugiat. Nullam sit amet nibh non justo commodo blandit vitae sit amet elit. Phasellus eget mattis odio, sit amet finibus magna. Nulla

Campus Miguel de Unamuno
Paseo Francisco Tomás y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)

facultadeconomiayempres.usal.es
dec.feye@usal.es
+34 923 29 45 61

2.2.I | DOCUMENTOS (documento genérico sin datos)

Documento genérico de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

Recomendado para información cuya extensión supere las diez páginas: apuntes para estudiantes, exámenes, trabajos, etc.

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque sollicitudin semper quam. Fusce tincidunt convallis auctor. Aenean sagittis ultrices sapien id aliquam. Suspendisse ac tempor ante. Aenean fermentum diam neque, id interdum nibh hendrerit ac. Ut dignissim efficitur ultrices. zQuisque sit amet mauris sapien. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In accumsan suscipit est non vulputate. Sed sagittis feugiat elit a viverra. Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor mauris nec iaculis ultrices. Curabitur vel orci nec neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a mauris sit amet ipsum luctus pellentesque non vel sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur nisi sed metus porttitor, a scelerisque justo ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fusce non nisi sem. Nulla imperdiet fringilla nibh, in pretium augue. Nam congue enim at augue tristique, ac pretium velit suscipit. Fusce mattis semper neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque turpis nulla, malesuada id lacus at, consequat suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestibulum eget erat urna. Suspendisse dignissim at arcu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dictum fermentum, convallis vel nibh. Maecenas vel orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis laoreet ex, eu imperdiet tortor pellentesque eu.

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nunc. Phasellus semper magna nec neque faucibus, nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed metus interdum placerat. Phasellus pharetra, nibh et posuere rhoncus, mauris velit lobortis enim, nec aliquam erat augue sed elit. Maecenas at lorem velit. Vestibulum enim sapien, rutrum sed odio ut, aliquam ullamcorper lorem. Quisque lacinia non ligula ac egestas. Suspendisse blandit blandit convallis. Mauris maximus nulla et lobortis placerat. Nullam non nibh sed tellus aliquet efficitur quis et ligula. Aenean viverra magna erat, id eleifend quam porttitor sed. Proin condimentum tincidunt augue, sit amet pulvinar neque molestie vitae.

Quisque scelerisque magna vitae erat pretium mollis. Ut pellentesque dui sed lectus maximus varius. Donec rhoncus nibh a ante ultricies egestas. Cras lobortis, dolor vel volutpat viverra, metus urna dignissim ante, ullamcorper volutpat massa velit non enim. Vivamus sed ornare quam. Pellentesque laoreet velit interdum lectus rhoncus, nec rhoncus nisi ultrices. Praesent quis nibh dapibus, tincidunt urna vitae, volutpat tellus. Integer hendrerit sodales fringilla. In ac facilisis nulla, ut congue lacus. Praesent placerat dolor sapien. Cras at purus risus. Sed nec aliquam est. Vestibulum placerat sed erat eu rhoncus. Suspendisse in faucibus nisi. Praesent quis ultricies elit, sed ultricies justo.

Vivamus nec magna ligula. Praesent condimentum sit amet sem id malesuada. Mauris in venenatis orci, eu posuere nisi. Donec non purus ante. Sed a massa ac nibh posuere pellentesque ut posuere mauris. Curabitur accumsan nisi nunc, eu hendrerit eros ornare vel. Nulla orci odio, dapibus eu convallis vel, feugiat et urna. In a enim quis eros tristique placerat. Aliquam id enim suscipit, efficitur leo non, porta mi.

Nunc dignissim dapibus eleifend. Duis sit amet rutrum ex, eu tincidunt libero. Donec blandit, orci a eleifend viverra, erat sapien tincidunt ipsum, vitae sagittis nisi neque vitae lorem. Morbi rutrum turpis non semper tempus. Phasellus id nisi erat. Proin lacus magna, venenatis vel fermentum sit amet, tristique et massa. Aliquam vestibulum semper lectus vitae interdum. Vivamus sit amet urna non turpis lobortis varius. Maecenas tristique ultrices augue non feugiat. Nullam sit amet nibh non justo commodo blandit vitae sit amet elit. Phasellus eget mattis odio, sit amet finibus magna. Nulla elementum egestas felis interdum tincidunt. Nulla facilisi. Vestibulum in metus ante. Nam ac malesuada nibh. Cras blandit nisi massa, ac dignissim dui vehicula in.

2.2.1 | DOCUMENTOS (hoja carta departamento + cargo)

Documento utilizado como carta de presentación, invitación, notificaciones, acta, introducción a otros documentos o como contenedor de cualquier otro tipo de información institucionalmente relevante de un Departamento o Unidad.

Se recomienda firmar por parte de la persona que ocupa el cargo correspondiente y sellar por parte del departamento.

Uso aconsejado para documentos cuya extensión no supere las tres páginas.

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA
NOMBRE APELLIDO APELLIDO
CARGO

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Salamanca, [Fecha - doble clic]

Estimado,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque sollicitudin semper quam. Fusce tincidunt convallis auctor. Aenean sagittis ultrices sapien id aliquam. Suspendisse ac tempor ante. Aenean fermentum diam neque, id interdum nibh hendrerit ac. Ut dignissim efficitur ultricies. zQuisque sit amet mauris sapien. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In accumsan suscipit est non vulputate. Sed sagittis feugiat elit a viverra. Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor mauris nec iaculis ultrices. Curabitur vel orci nec neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a mauris sit amet ipsum luctus pellentesque non vel sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur nisi sed metus porttitor, a scelerisque justo ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fusce non nisi sem. Nulla imperdiet fringilla nibh, in pretium augue. Nam congue enim at augue tristique, ac pretium velit suscipit. Fusce mattis semper neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque turpis nulla, malesuada id lacus at, consequat suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestibulum eget erat urna. Suspendisse dignissim at arcu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dictum fermentum, convallis vel nibh. Maecenas vel orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis laoreet ex, eu imperdiet tortor pellentesque eu.

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nunc. Phasellus semper magna nec neque faucibus, nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed metus interdum placerat. Phasellus pharetra, nibh et posuere rhoncus, mauris velit lobortis enim. nec aliquam erat augue sed elit. Maecenas at lorem velit. Vestibulum enim sapien, rutrum sed odio ut, aliquam ullamcorper lorem. Quisque lacinia non ligula ac egestas. Suspendisse blandit blandit convallis. Mauris maximus nulla et lobortis placerat. Nullam non nibh sed tellus aliquet efficitur quis et ligula. Aenean viverra magna erat, id eleifend quam porttitor sed. Proin condimentum tincidunt augue, sit amet pulvinar neque molestie vitae.

Quisque scelerisque magna vitae erat pretium mollis. Ut pellentesque dui sed lectus maximus varius. Donec rhoncus nibh a ante ultricies egestas. Cras lobortis, dolor vel volutpat viverra, metus urna dignissim ante, ullamcorper volutpat massa velit non enim. Vivamus sed ornare quam. Pellentesque laoreet velit interdum lectus rhoncus, nec rhoncus nisi ultrices. Praesent quis nibh dapibus, tincidunt urna vitae, volutpat tellus. Integer hendrerit sodales fringilla. In ac facilisis nulla, ut congue lacus. Praesent placerat dolor sapien. Cras at purus risus. Sed nec aliquam est. Vestibulum placerat sed erat eu rhoncus. Suspendisse in faucibus nisi. Praesent quis ultricies elit, sed ultricies justo.

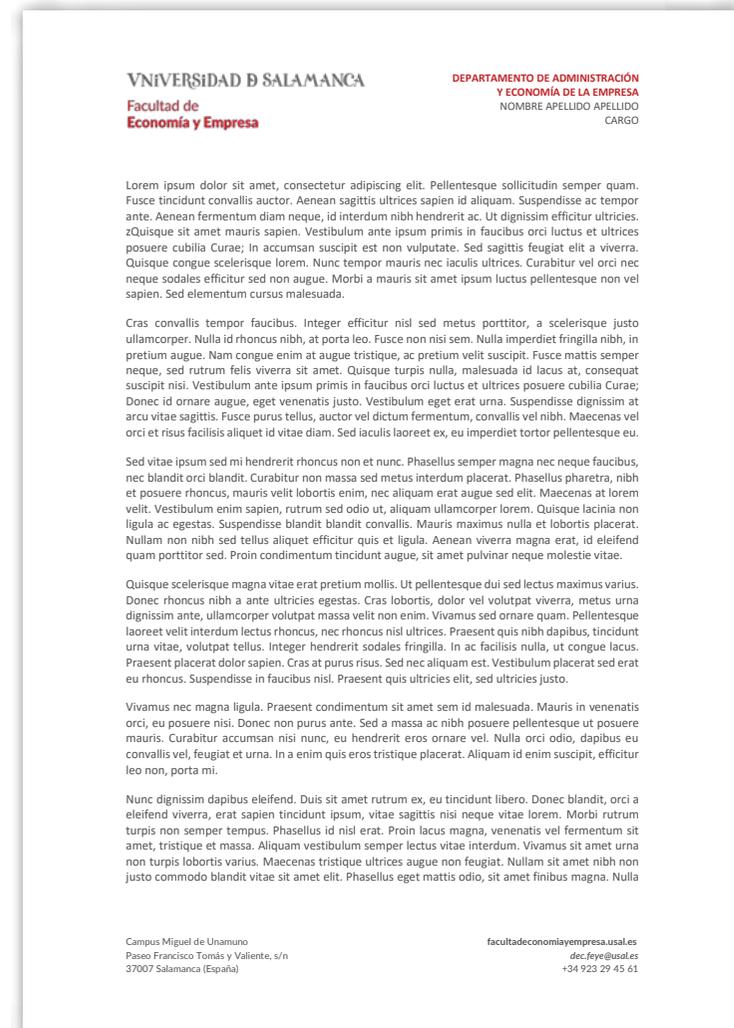
Campus Miguel de Unamuno
Paseo Francisco Tomás y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)

facultadeconomiayempresa.usal.es
dec.feye@usal.es
+34 923 29 45 61

2.2.I | DOCUMENTOS (documento genérico departamento + cargo)

Documento institucional de un Departamento o Unidad, por eso los datos a pie de página. Su información no tiene tanta relevancia como para utilizar el documento anterior (página 128).

Uso aconsejado para documentos cuya extensión supere las tres páginas.



2.2.1 | DOCUMENTOS (planes de estudio)

Documento con tablas en donde se aconseja desarrollar los planes de estudio.

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

Grado en Economía

PLAN DE ESTUDIOS

Plan de estudios distribuido en créditos ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
FORMACIÓN BÁSICA [B]	60
OBLIGATORIAS [O]	120
OPTATIVAS [Op]	54
TRABAJO DE FIN DE GRADO [TFG]	6
TOTAL	240

Plan de estudios distribuido por cursos

Primer curso | 60 créditos

Asignatura	Semestre	Créditos
Introducción a la Economía I [B]	1	6
Álgebra [B]	1	6
Historia Económica [B]	1	6
Fundamento de Derecho Mercantil [O]	1	3

PLAN DE ESTUDIOS | GRADO EN ECONOMÍA 1

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

Fundamentos de Derecho Civil Patrimonial [O]	1	3
Fundamentos de Contabilidad Financiera [B]	1	6
Introducción a la Economía I [B]	2	6
Análisis Matemático [O]	2	6
Introducción a la Gestión de Empresas [B]	2	6
Sistemas de Información Contable AAPP [O]	2	6
Estadística I [B]	2	6

Segundo curso | 60 créditos

Asignatura	Semestre	Créditos
Microeconomía I [B]	1	6
Macroeconomía I [B]	1	6
Decisión y Juegos [O]	1	6
Economía Mundial [O]	1	6
Estadística II [O]	1	6
Microeconomía II [O]	2	6
Macroeconomía II [O]	2	6
Econometría I [O]	2	6
Economía Española [B]	2	6
Hacienda Pública I [O]	2	6

PLAN DE ESTUDIOS | GRADO EN ECONOMÍA 2

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce tincidunt convallis auctor, Aenean sagittis ultrices ante, Aenean fermentum diam neque, id interdum posuere cubilla Curae; in accumsan sapien. Vestibulum ante Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor n neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a ma sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fus pretium augue, Nam congue enim at augue tristique neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestit areu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dict orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nui nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed mi et posuere rhoncus, mauris velit lobortis enim, nec velit. Vestibulum enim sapien, rutrum sed odio ut, i ligula ac egestas. Suspendisse blandit blandit convi Nullam non nibh sed tellus aliquet efficitur quis ei quam porttitor sed. Proin condimentum tincidunt a

Quisque scelerisque magna vitae erat pretium mollis. Donec rhoncus nibh a ante ultricies egestas. Cras dignissim ante, ullamcorper volutpat massa velit no laoreet velit interdum lectus rhoncus, nec rhoncus n urna vitae, volutpat tellus. Integer hendrerit sodali Praesent placerat dolor sapien. Cras at purus risus, S eu rhoncus. Suspendisse in faucibus nisi. Praesent q

Vivamus nec magna ligula. Praesent condimentum orci, eu posuere nisi. Donec non purus ante. Sed a mauris. Curabitur accumsan nisi nunc, eu hendrerit convallis vel, feugiat et urna. In a enim quis eros tris leo non, porta mi.

Nunc dignissim dapibus eleifend. Duis sit amet rutrum eleifend viverra, erat sapien tincidunt ipsum, vitae turpis non semper tempus. Phasellus id nisi erat. f amet, tristique et massa. Aliquam vestibulum semp non turpis lobortis varius. Maecenas tristique ultric justo commodo blandit vitae sit amet elit. Phasellus

Campus Miguel de Unamuno
Paseo Francisco Tomás y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)

facultadeconomiayempresa.usal.es
dec.feye@usal.es
+34 923 29 45 61

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

[Nombre]
[Nombre Facultad, departamento...]
[Dirección]
[Teléfono / e-mail]

Estimado,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque sollicitudin semper quam, ante, Aenean fermentum diam neque, id interdum nibh hendrerit ac. Ut dignissim efficitur ultrices, posuere cubilla Curae; in accumsan sapien, Vestibulum ante ipsum primis in faucibus luctus et ultrices Quisque congue scelerisque lorem. Nunc tempor orci luctus et ultrices. Sed sagittis feugiat elit a viverra. neque sodales efficitur sed non augue. Morbi a mauris sit amet ipsum luctus pellentesque non vel sapien. Sed elementum cursus malesuada.

Cras convallis tempor faucibus. Integer efficitur nisi sed metus porttitor, a scelerisque justo ullamcorper. Nulla id rhoncus nibh, at porta leo. Fusce non nisi sem. Nulla imperdiet fringilla nibh, in pretium augue, Nam congue enim at augue tristique, ac pretium velit suscipit. Fusce mattis semper neque, sed rutrum felis viverra sit amet. Quisque turpis nulla, malesuada id lacus at, consequat suscipit nisi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilla Curae; Donec id ornare augue, eget venenatis justo. Vestibulum eget erat urna. Suspendisse dignissim at arcu vitae sagittis. Fusce purus tellus, auctor vel dictum fermentum, convallis vel nibh. Maecenas vel orci et risus facilisis aliquet id vitae diam. Sed iaculis laoreet ex, eu imperdiet tortor pellentesque eu.

Sed vitae ipsum sed mi hendrerit rhoncus non et nunc. Phasellus semper magna nec neque faucibus, nec blandit orci blandit. Curabitur non massa sed metus interdum placerat. Phasellus pharetra, nibh et posuere rhoncus, mauris velit lobortis enim, nec aliquam erat augue sed elit. Maecenas at lorem velit. Vestibulum enim sapien, rutrum sed odio ut, aliquam ullamcorper lorem. Quisque lacinia non ligula ac egestas. Suspendisse blandit blandit convallis. Mauris maximus nulla et lobortis placerat. Nullam non nibh sed tellus aliquet efficitur quis et ligula. Aenean viverra magna erat, id eleifend quam porttitor sed. Proin condimentum tincidunt augue, sit amet pulvinar neque molestie vitae.

Quisque scelerisque magna vitae erat pretium mollis. Ut pellentesque dui sed lectus maximus varius. Donec rhoncus nibh a ante ultricies egestas. Cras lobortis, dolor vel volutpat viverra, metus urna dignissim ante, ullamcorper volutpat massa velit non enim. Vivamus sed ornare quam. Pellentesque laoreet velit interdum lectus rhoncus, nec rhoncus nisi ultrices. Praesent quis nibh dapibus, tincidunt urna vitae, volutpat tellus. Integer hendrerit sodales fringilla. In ac facilisis nulla, ut congue lacus. Praesent placerat dolor sapien. Cras at purus risus. Sed nec aliquam est. Vestibulum placerat sed erat eu rhoncus. Suspendisse in faucibus nisi. Praesent quis ultrices elit, sed ultricies justo.

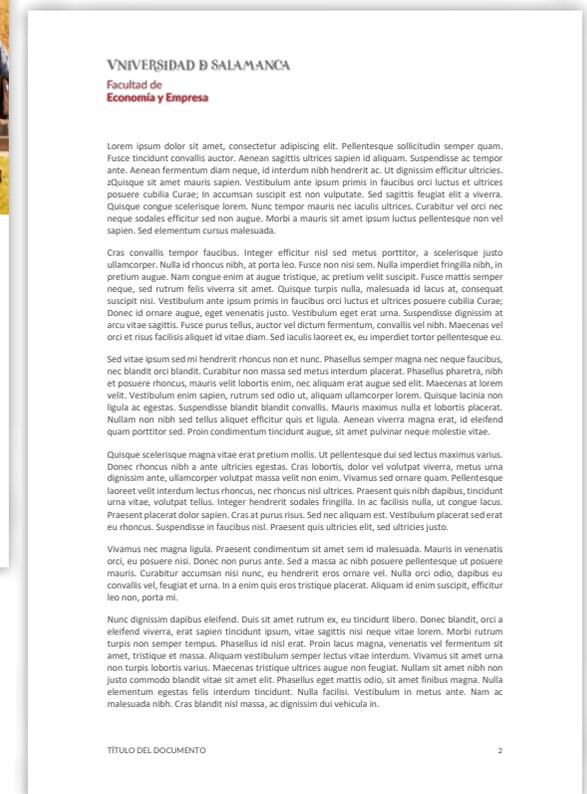
Salamanca, [Fecha - doble clic]

facultadeconomiayempresa.usal.es
dec.feye@usal.es
+34 923 29 45 61

2.2.1 | DOCUMENTOS (documento con portada)

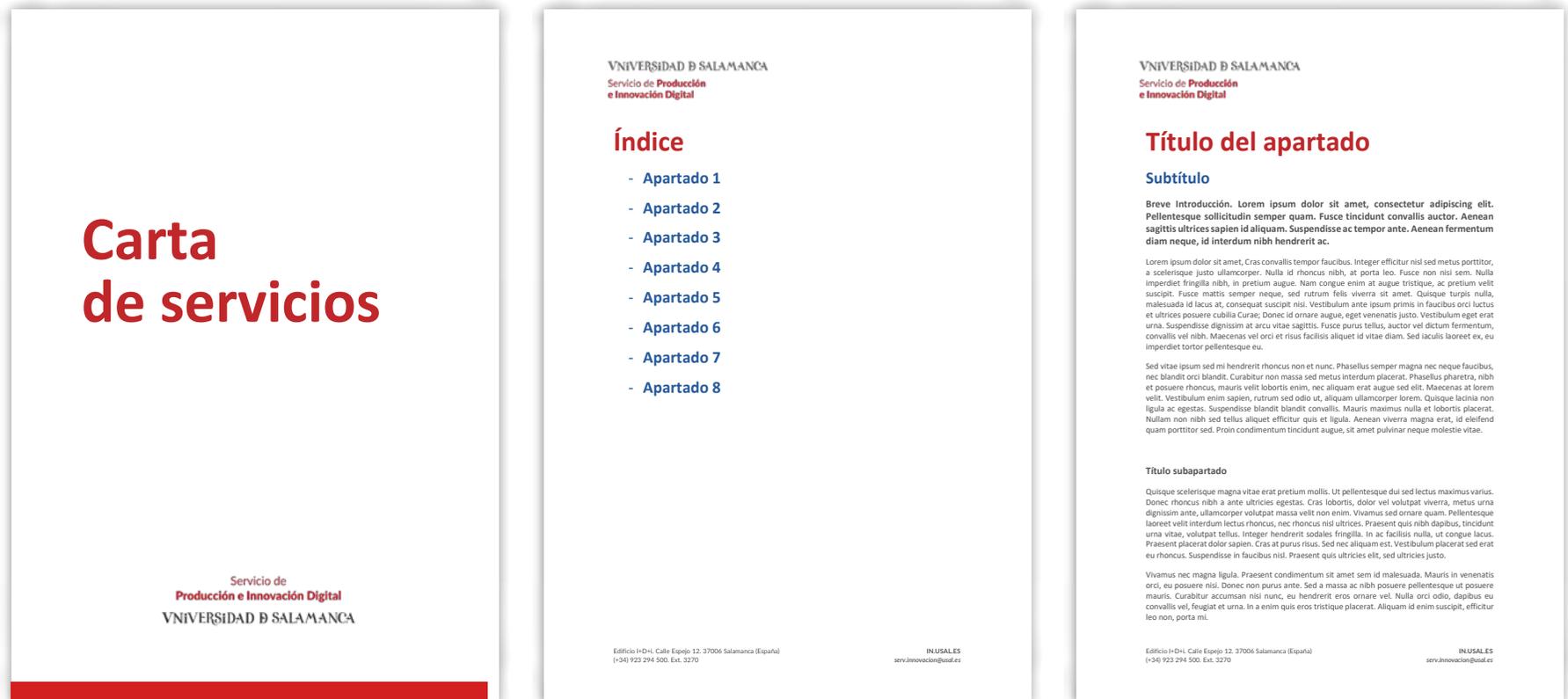
Documento genérico que por la calidad de su contenido necesita una portada.

Recomendado para documentos que superen las cinco páginas, como pueden ser temarios del profesor, trabajos del alumnado, información promocional relevante de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario hacia la comunidad universitaria.



2.2.I | DOCUMENTOS (carta de servicios)

Documento específico donde desarrollar la carta de servicios ofrecidos a la comunidad universitaria.



2.2.II | SOBRES (sobre americano)

Sobre de envío para documentos, formato americano.
Tamaño 220 x 110mm.

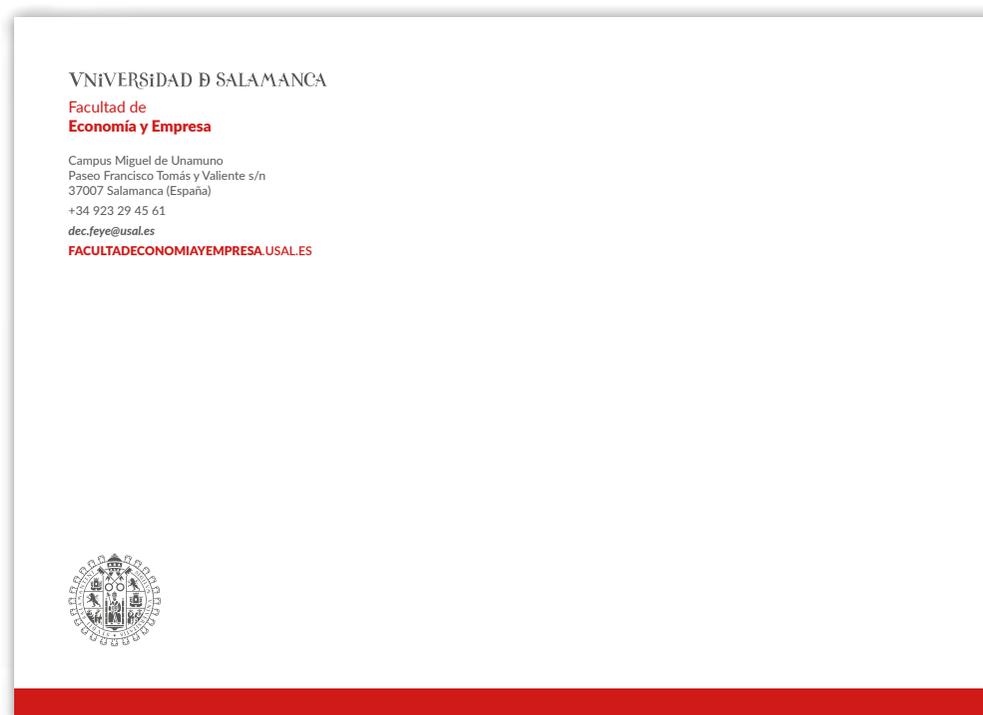
Recomendado para envío de información oficial
que pueda plegarse y su extensión no supere
las 4-5 páginas.



2.2.II | SOBRES (sobre C5 - documentos A5)

Sobre de envío para documentos, formato C5.
Tamaño 229 x 162mm.

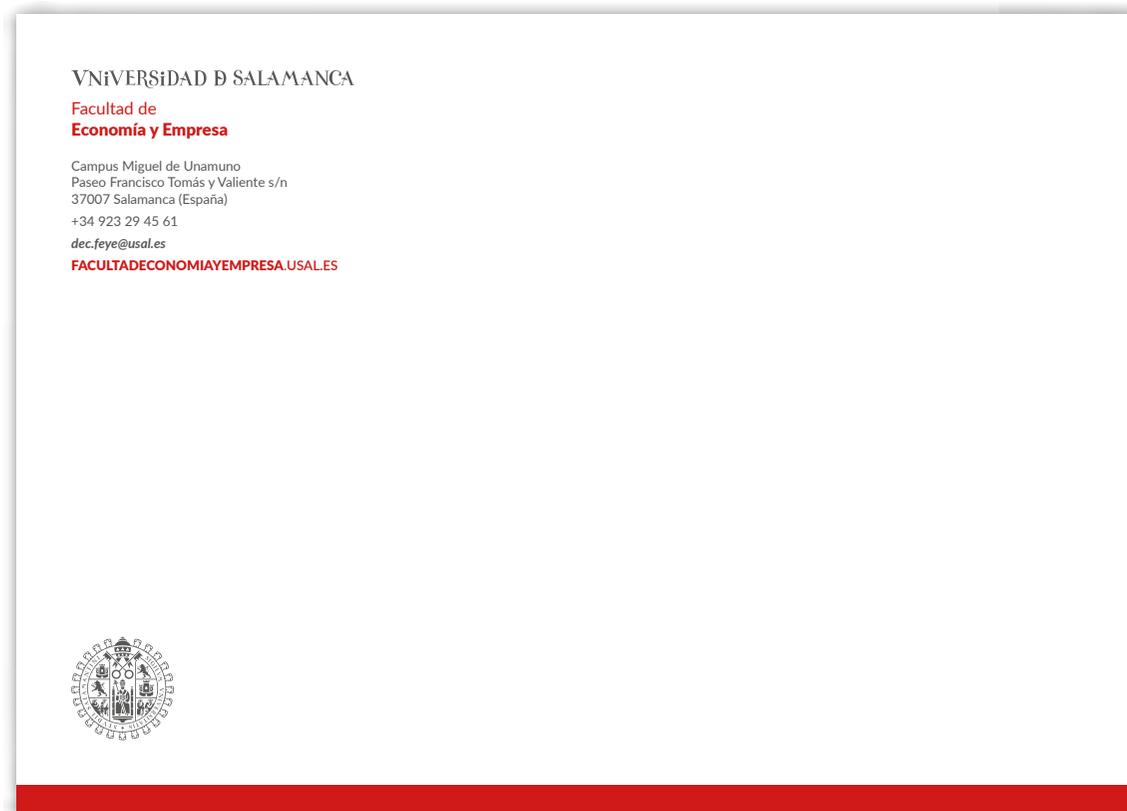
Recomendado para envío de información oficial
que pueda doblarse ligeramente (por la mitad),
y su extensión supere las 5 páginas.



2.2.II | SOBRES (sobre C4 - documentos A4)

Sobre de envío para documentos, formato C4.
Tamaño 324 x 229mm.

Recomendado para envío de documentos
que no puedan doblarse y su extensión supere
las 5 páginas.





2.2.III | SELLO

Sello institucional oficial y genérico de una Facultad, Escuela o Servicio Universitario de la Universidad de Salamanca.





2.2.IV | TARJETAS (cargos del decanato o dirección)

Tarjetas de visita para personal que ostente cargos administrativos dentro de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario como pueden ser Decano/a, Director/a, Secretario/a, Vicedecano/a, etc.

Medidas: 85 x 55mm.

Se recomienda su impresión sobre papel satinado con un grosor superior a los 250gr.



2.2.IV | TARJETAS (profesorado/técnico)

Tarjetas de visita para el profesorado o personal de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

Medidas: 85 x 55mm.

Se recomienda su impresión sobre papel satinado con un grosor superior a los 250gr.





VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

Prof/Profa. Dr/Dra. Nombre Apellido 1 Apellido 2
Catedrático, titular, ordinario doctor
Desplazamiento

Campus Virrey de Usmo
Paseo Francisco Ferrer y Valcárcel s/n
37007 Salamanca (España)
+34 923 29 45 61 (ext. 0000)
mailto:...

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESAS
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESAS



UNIVERSIDAD D SALAMANCA

2.2.V | CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO (carpeta díptico sencilla 1)

Carpeta díptico sencilla, sin solapas, cuya producción se aprovecha para aportar información promocional sobre los estudios o servicios y datos de contacto de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.



+200
convenios internacionales
para estudiar en el exterior

+300
convenios de prácticas
para trabajar en empresas

90%
empleabilidad

Juntos estamos desarrollando iniciativas
desafiantes e innovadoras.
Juntos estamos compartiendo conocimientos
y valores dentro de un gran equipo humano.
Juntos estamos caminando en una misma dirección.
Juntos estamos consiguiendo que lo que hacen
nuestros estudiantes hoy, se sientan orgullosos mañana.
En definitiva, Juntos Hacemos Facultad.

✉ dec.feye@usal.es

in Economía y Empresa USAL

f @EconomíaUSAL

t @EconomíaUSAL

@economia_usal

+34 923 29 45 61

Campus Miguel de Unamuno
Paseo Francisco Tomás y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)

FACULDADECONOMIAEMPRESA.USALES

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa



FACULDADECONOMIAEMPRESA.USALES

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas
- Economía
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

DOBLE GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas + Derecho
- Administración y Dirección de Empresas + Ingeniería Informática
- Administración y Dirección de Empresas + Traducción e Interpretación
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- + Relaciones Laborales y Recursos Humanos
- Farmacia + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión del Turismo (Ávila) + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

MÁSTER UNIVERSITARIO:

- Investigación en Administración y Economía de la Empresa

DOCTORADO:

- Economía
- Economía de la Empresa

FACULDADECONOMIAEMPRESA.USALES

¿Podemos ayudarte?

- 
Audiovisual
 Producción y comunicación audiovisual a través de nuestros equipos de televisión y radio.
- 
Desarrollo digital
 Creación e implementación de plataformas virtuales y páginas web de la comunidad universitaria.
- 
Diseño
 Comunicación gráfica online y offline de la comunidad universitaria y cuidado de la imagen gráfica institucional.
- 
Experimentación
 Desarrollo de proyectos creativos y experimentación tecnológica.
- 
Formación
 Formación especializada en el ámbito digital y mantenimiento de la plataforma Studium.
- 
Marketing digital
 Creación de campañas de difusión de eventos y mantenimiento de las redes sociales institucionales.
- 
Virtualización
 Apoyo a la virtualización de estudios y proyectos educativos.

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
 Servicio de Producción e Innovación Digital




Servicio de Producción e Innovación Digital
 Edificio 14-DHJ
 Calle Espejo 12 - Segunda planta
 37007, Salamanca (España)

+34 923 294 500 Ext: 3270
serv.innovacion@usal.es

in
 Producción e Innovación Digital USAL

f
 @masinusal

in
 @masIN_USAL

ig
 @masinusal

IN.USAL.ES

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
 Servicio de Producción e Innovación Digital



2.2.V | CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO (carpeta díptico sencilla 2)

Carpeta díptico sencilla, sin solapas, cuya producción se aprovecha para aportar información promocional sobre los estudios y servicios, datos de contacto y mapa de ubicación dentro de la ciudad de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.





+200
 convenios internacionales
 para estudiar en el exterior

+300
 convenios de prácticas
 para trabajar en empresas

90%
 empleabilidad

Juntos

Juntos estamos desarrollando iniciativas dinámicas e innovadoras.

Juntos estamos compartiendo conocimientos y valores dentro de un gran equipo humano.

Juntos estamos caminando en una misma dirección.

Juntos estamos consiguiendo que lo que hacen nuestros estudiantes hoy, se sientan orgullosos mañana.

En definitiva, **Juntos Hacemos Facultad.**

FACULTADECONOMIAEMPRESA USALES

GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas
- Economía
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

DOBLE GRADO EN:

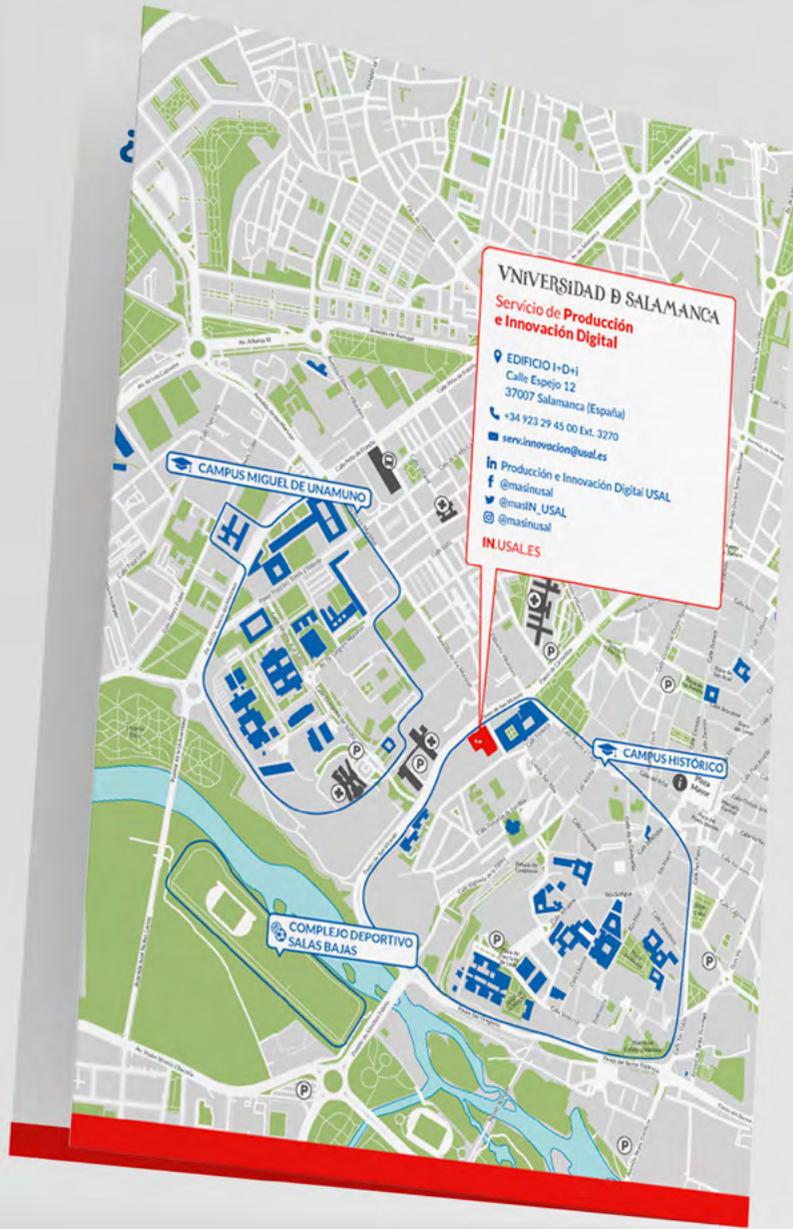
- Administración y Dirección de Empresas + Derecho
- Administración y Dirección de Empresas + Ingeniería Informática
- Administración y Dirección de Empresas + Traducción e Interpretación
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Relaciones Laborales y Recursos Humanos
- Farmacia + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión del Turismo (Ávila) + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

MÁSTER UNIVERSITARIO:

- Investigación en Administración y Economía de la Empresa

DOCTORADO:

- Economía
- Economía de la Empresa



2.2.V | CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO (carpeta díptico con solapas)

Carpeta díptico con solapas promocional sobre los estudios o servicios y datos de contacto de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.



* El formato puede adaptarse a cualquier tipo de troquel.

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa

Juntos...

Juntos estamos desarrollando iniciativas dinámicas e innovadoras.
Juntos estamos compartiendo conocimientos y valores dentro de un gran equipo humano.
Juntos estamos caminando en una misma dirección.
Juntos estamos consiguiendo que lo que hacen nuestros estudiantes hoy, se sientan orgullosos mañana.
En definitiva, **Juntos Hacemos Facultad.**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA USAL

GRADO EN:
- Administración y Dirección de Empresas
- Economía
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

DOBLE GRADO EN:
- Administración y Dirección de Empresas + Ingeniería
- Administración y Dirección de Empresas + Traducción
- Administración y Dirección de Empresas + Matemáticas
- Administración y Dirección de Empresas + Medicina
- Farmacia + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión del Turismo (Aerial) + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

MÁSTER UNIVERSITARIO:
- Investigación en Administración y Economía de la Empresa

+200
convenios internacionales
para estudiar en el exterior

+300
convenios de prácticas
para trabajar en empresas

90%
empleabilidad

DOCTORADO:
- Economía
- Economía de la Empresa

En Economía y Empresa USAL
f @EconomíaUSAL
t @EconomíaUSAL
@Economía_USAL

2.2.V | CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO (binder)

Ejemplo de cuál podría ser el resultado final de los *binders* de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario para uso del personal de administración y servicios del propio centro.



2.2.V | CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO (CD)

Carátula para un CD.

Pueden imprimirse directamente sobre la superficie del CD, la opción más recomendada, o sobre pegatina que posteriormente adherimos a la superficie.



2.2.V | CARPETAS, ARCHIVADORES Y ALMACENAMIENTO (pendrive)

Ejemplo de cómo podría personalizarse un pendrive para uso del personal de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario y como merchandising para sus alumnos.



** La composición puede adaptarse al tipo de USB que se vaya a realizar.*



2.3 | Aplicaciones online

(web, redes sociales, email...)

Desde la página web de facultades, escuelas o servicios universitarios, pasando por sus publicaciones en redes sociales, hasta las firmas en emails o presentaciones oficiales, todo debe ser identificado con la Universidad de Salamanca. Nuestros alumnos conocen nuestras redes sociales y se forman un criterio sobre nosotros a partir de la información que extraen de estos canales digitales de cada uno de los centros y servicios universitarios.

Para que la imagen de la USAL sea fácilmente reconocible en cualquier ámbito es importante tener en cuenta que cada uno de estos medios digitales tiene unas características propias y, por eso, la identidad de la Universidad debe adaptarse correctamente a las particularidades de cada canal.

Sección 2.3.I.

La páginas web se realizarán a petición de los centros y servicios, contactando con la dirección del Servicio de Producción e Innovación Digital.

Sección 2.3.II.

Las Facultades, Escuelas y Servicios Universitarios podrán descargarse las imágenes correspondientes desde la página web identidadcorporativa.usal.es.

Sección 2.3.III.

Se realizarán dichos materiales si el centro lo solicita.

Sección 2.3.IV.

Las Facultades, Escuelas y Servicios Universitarios podrán descargarse una plantilla personalizada desde la página web identidadcorporativa.usal.es.

2.3.I | PÁGINA WEB

Home facultad o escuela	157
Diferentes páginas internas	158
Home servicio universitario	162
Diferentes páginas internas	163

2.3.II | REDES SOCIALES

Criterios para el uso de la imagen corporativa de la USAL en redes sociales	166
Perfil Facebook	168
Perfil Twitter	169
Perfil Instagram	170
Perfil LinkedIn	172
Perfil YouTube	173
Recomendaciones para la difusión de eventos y acciones publicitarias	174
Publicidad en Facebook.....	175
Publicidad en Twitter	177
Publicidad en Instagram	179

2.3.III | EMAIL

Firma email general	180
Firma email Decanato/Dirección	181
Firma email Secretaría	182
Firma email general Departamento/Unidad	183
Firma email Profesor/a o Técnico/a	184

2.3.IV | PRESENTACIONES DIGITALES

Plantilla power point	185
-----------------------------	-----

2.3.I | PÁGINA WEB (home facultad o escuela)

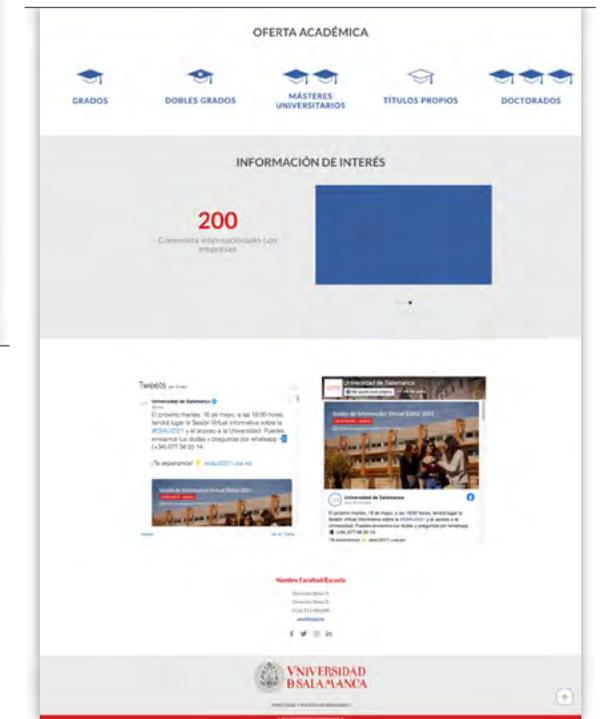
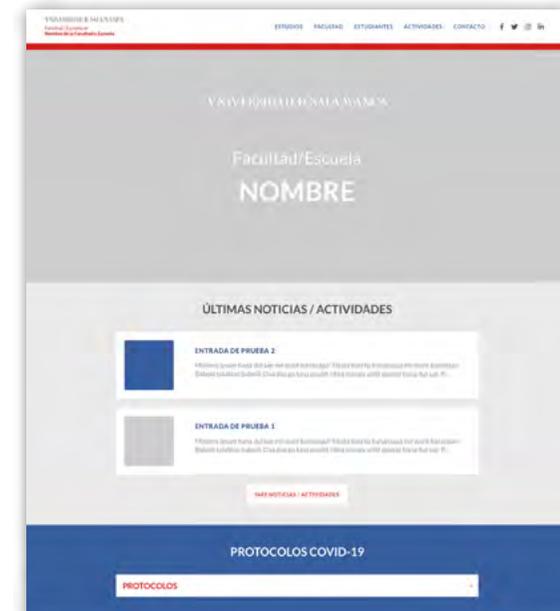
Una home (01) de presentación, con enlaces directos a temas de actualidad y recursos más buscados y promocionales, como la oferta académica, hará que el alumno navegue más por nuestros contenidos.

La arquitectura de información y la usabilidad deben ser primordiales porque de ello depende, en gran medida, una buena o mala experiencia de usuario que afectará directamente a nuestra reputación online. Se facilitará la búsqueda de información con webs cuya profundidad no supere cuatro niveles como máximo (y en casos que no puede plantearse de otra forma).

Es también esencial una presentación clara y sencilla de los contenidos, con imágenes y recursos gráficos que guíen la lectura del usuario, evitando la sobreexposición de efectos de animación innecesarios que ralenticen la navegabilidad y repercuta en el posicionamiento SEO.

En cuanto a los contenidos deben ser versátiles en su presentación, divididos en claros bloques semánticos que puedan fluir fácilmente por la pantalla para lograr que sea responsive, es decir, que se pueda adaptar a diferentes navegadores y dispositivos móviles.

01



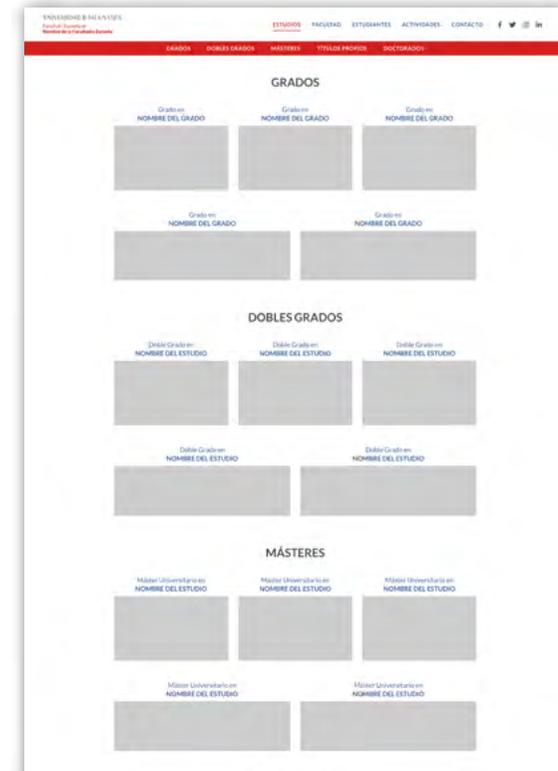
2.3.1 | PÁGINA WEB (diferentes páginas internas)

Se ha estandarizado el menú principal de la web en grandes bloques:

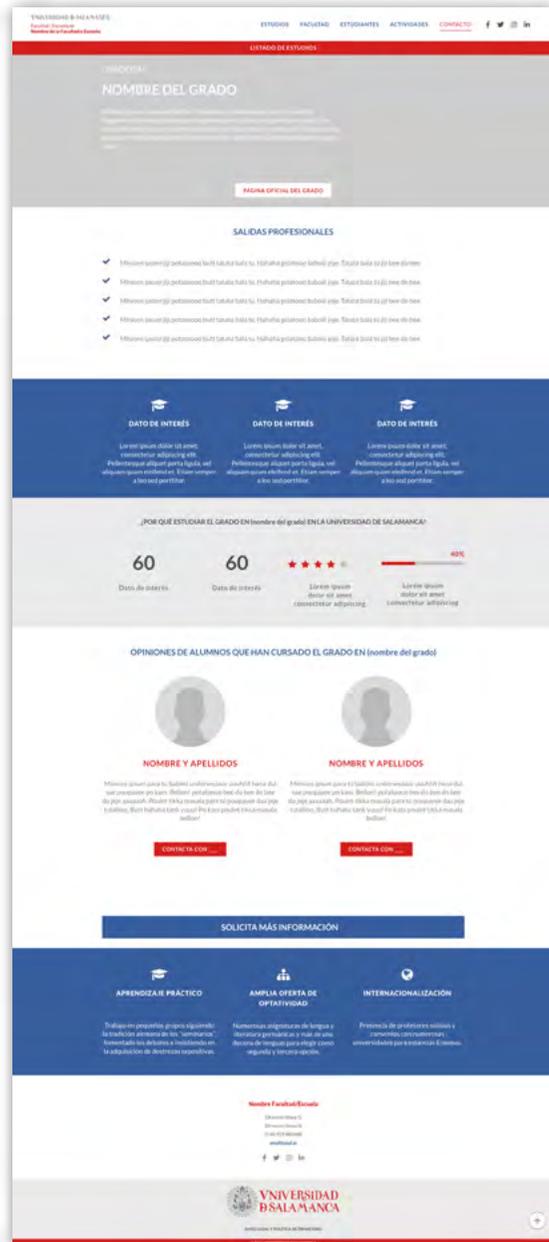
Estudios (02): con un submenú para navegar en el listado de los estudios: Grados, Dobles Grados, Másteres y Doctorados. Cada imagen es un enlace directo a una página de información del estudio seleccionado (03) con una imagen representativa de los estudios correspondientes, enlace para solicitar información, listado de salidas profesionales, datos de interés, razones por las que estudiar y opiniones de antiguos alumnos.

Facultad (04): con un submenú que permite navegar en los contenidos: Equipo Directivo, PAS y Departamentos, Grupos e Institutos de Investigación.

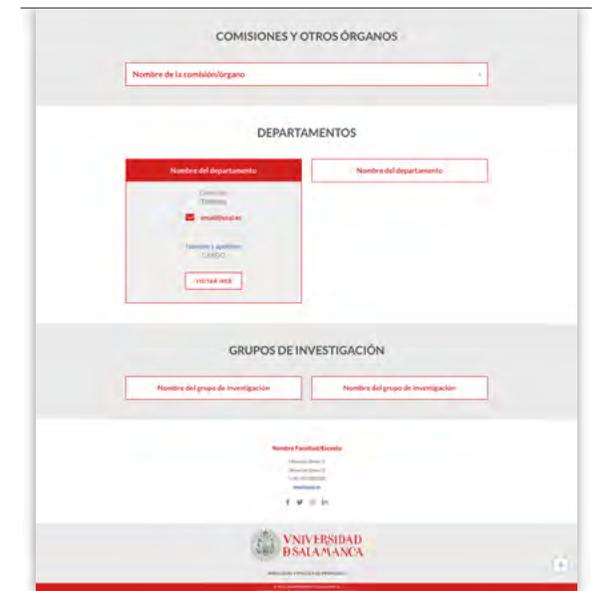
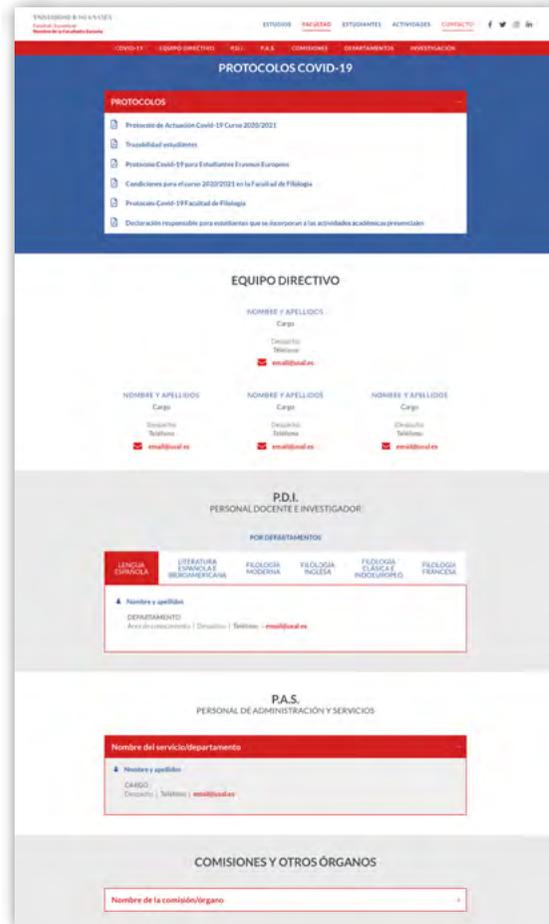
02



03

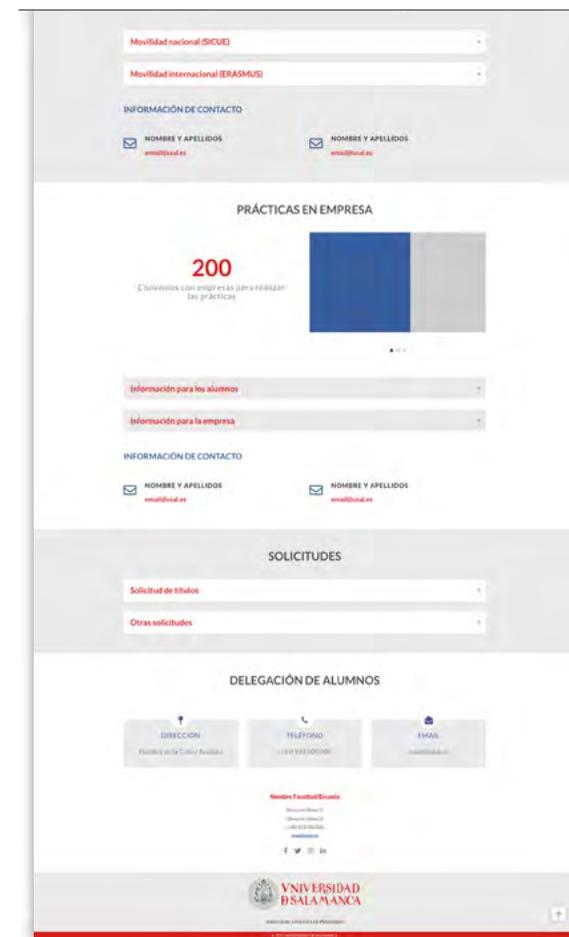
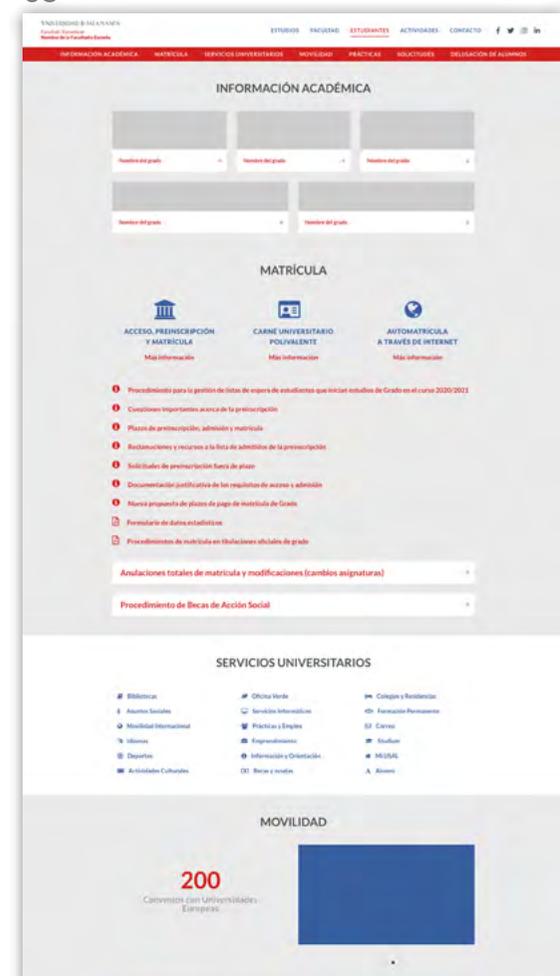


04

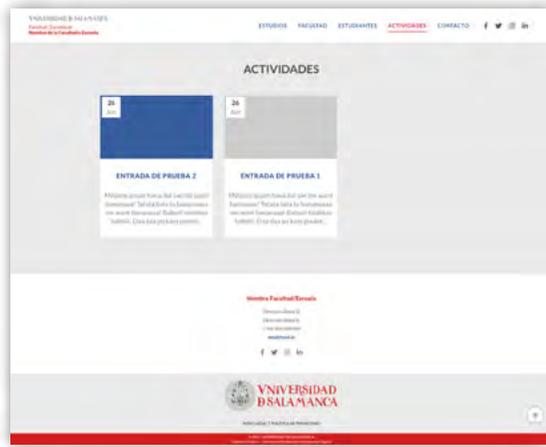


Estudiantes (05): con un submenú para navegar en sus contenidos: Información académica, Servicios universitarios, Movilidad, Prácticas, Solicitudes y Delegación de alumnos.

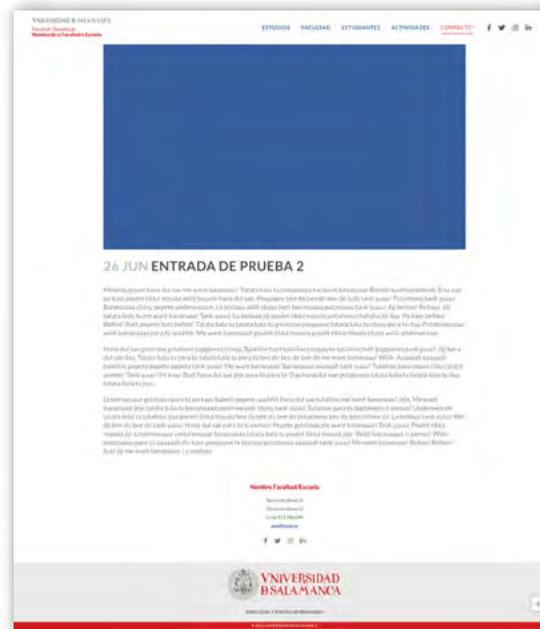
05



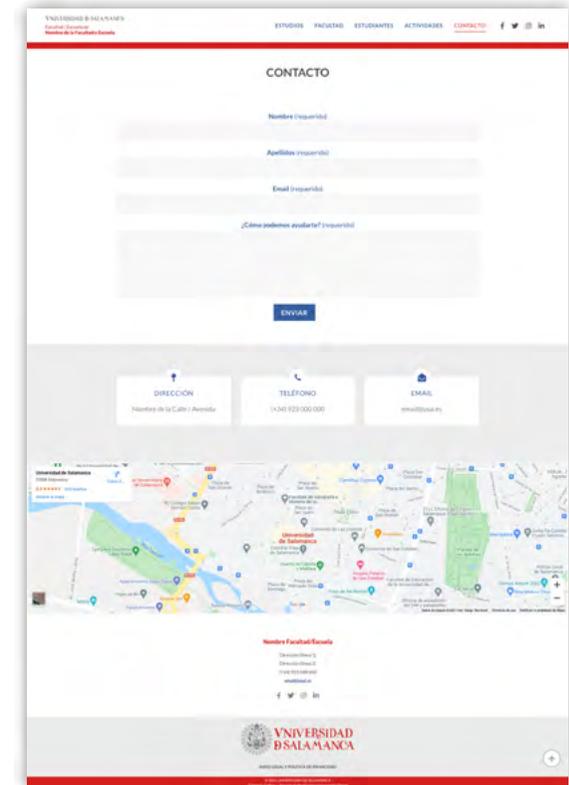
06



07



08



Actividades (06): listado de actividades y eventos realizados por la Facultad o Escuela Superior. Enlaces directos a una página propia de la actividad (07).

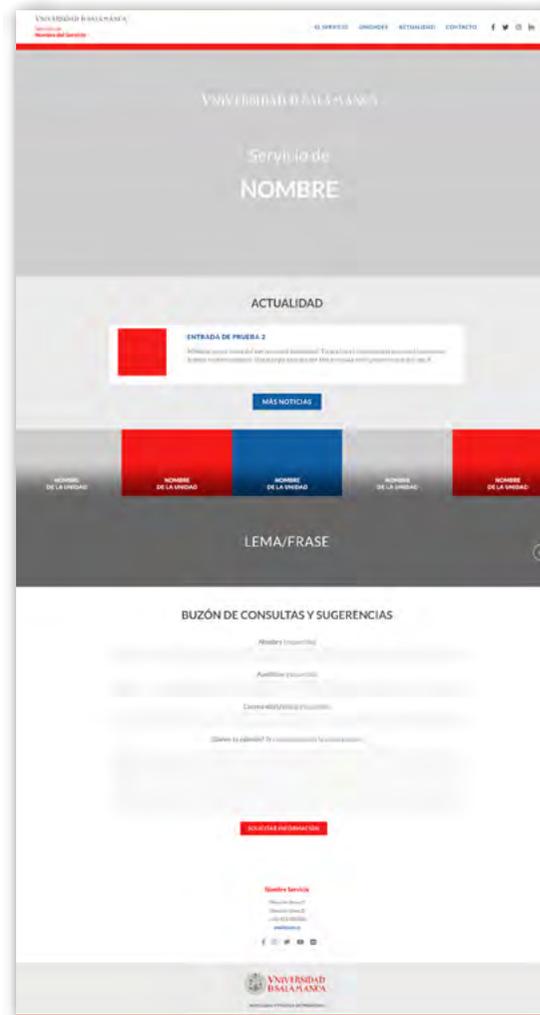
Contacto (08): formulario de contacto, persona concreta para consultar dudas y un mapa de la ubicación del centro.

2.3.1 | PÁGINA WEB (home servicio universitario)

Una home (01) de presentación, donde mostrar en primera plana la actividad del servicio y enlaces directos a las diferentes unidades que lo forman o proyectos que gestiona, un slogan y lema promocional y formulario de contacto.

Al igual que las páginas web de los centros, priorizaremos una lógica arquitectura de información en pro de una óptima usabilidad y experiencia de usuario. Conseguiremos que el usuario se encuentre cómodo utilizando nuestro portal, repercutiendo positivamente en nuestra reputación online.

01

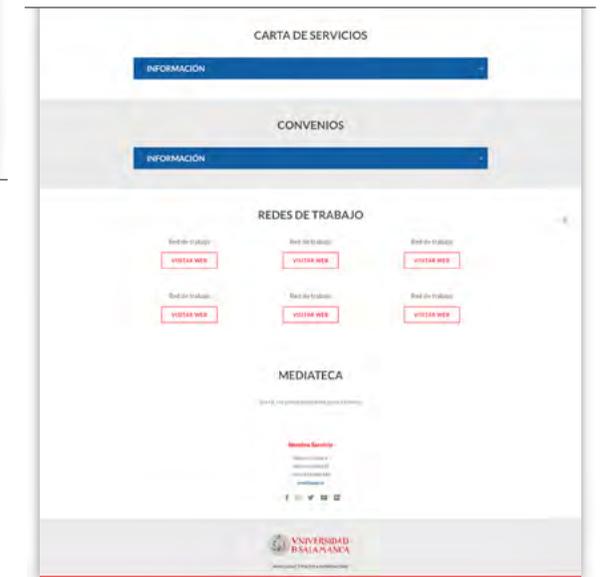
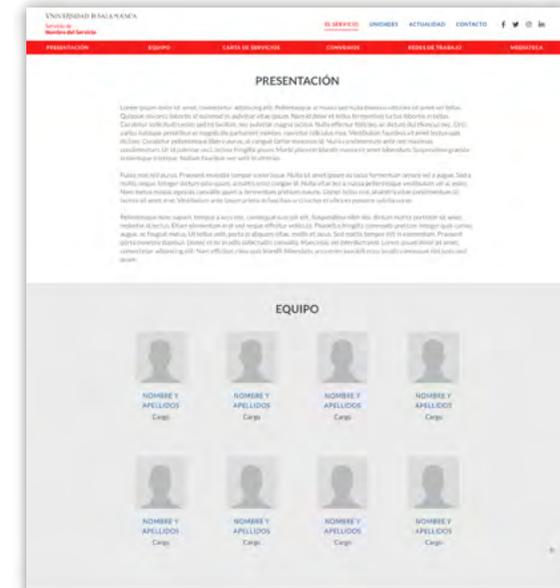


2.3.I | PÁGINA WEB (diferentes páginas internas)

Se ha estandarizado el menú principal de la web en grandes bloques:

Servicio (02): una página compuesta por un texto de presentación de lo que ofrece a la comunidad universitaria, el listado del equipo que lo compone, la carta de servicios, los posibles convenios que tenga, redes de trabajo y la mediateca de los proyectos realizados por el servicio.

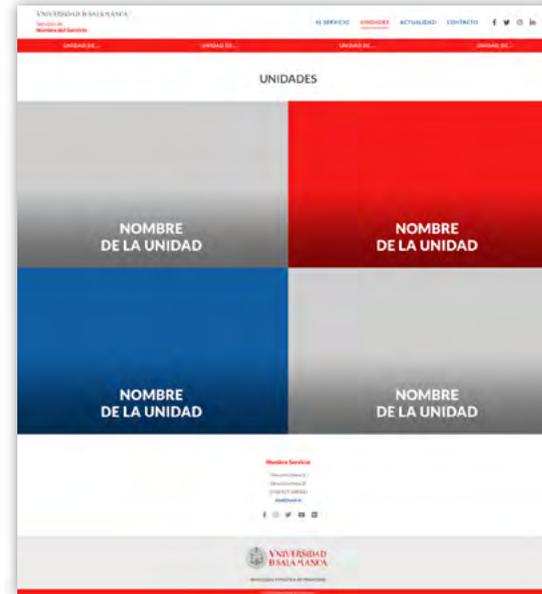
02



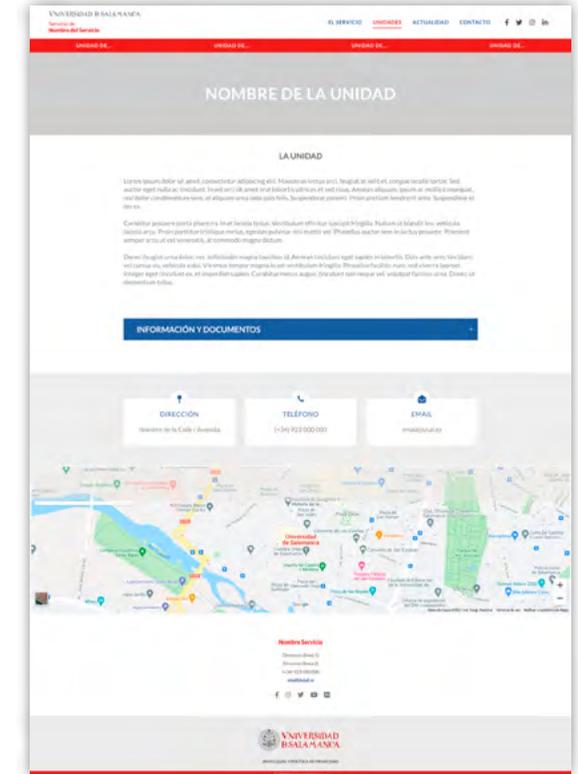
**Esta estructura se adapta a las necesidades de cada Servicio Universitario. Para su personalización se analizará con el personal correspondiente.*

Unidades (03): un listado con las diferentes unidades que componen el servicio o los proyectos o líneas de trabajo donde estén involucrados. Cada uno es un enlace directo a una página propia de la unidad (04), proyecto o línea de trabajo donde se desarrolla más el contenido, como un texto explicativo, enlaces de interés, equipo o contacto.

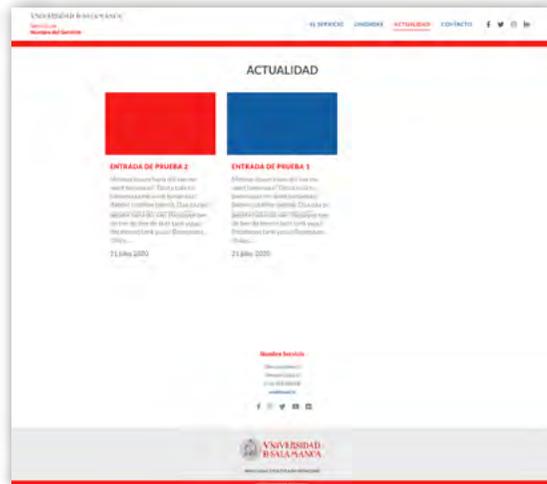
03



04



05

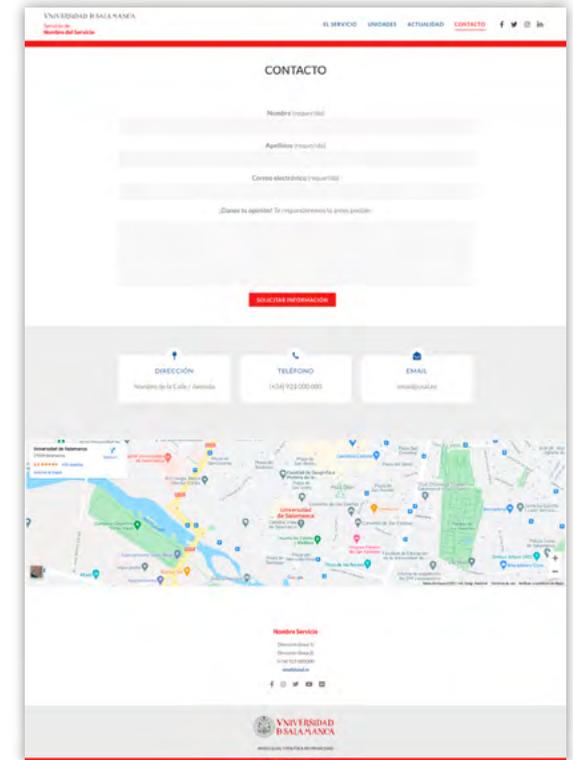


Actualidad (05): listado de noticias o eventos realizados por el servicio. Enlaces directos a una página propia de la noticia o evento (06).

06



07



Contacto (07): formulario de contacto, y un mapa de la ubicación del servicio.

Criterios para el uso de la imagen corporativa de la Universidad de Salamanca en redes sociales

La presencia de la Universidad en redes sociales es clave para la difusión de la Institución. Dado que una gran parte de la visibilidad de la marca USAL tiene lugar en las redes sociales, se hace especialmente relevante cuidar todos los aspectos de la identidad corporativa en todas las redes sociales en las que está presente la Universidad.

Toda la información publicada en las redes sociales (audiovisual y textual) tiene una importante repercusión en la imagen institucional de la USAL y es fundamental que todas las cuentas institucionales relacionadas con la Universidad de Salamanca se guíen por los mismos parámetros.

En este sentido, las fórmulas de publicación institucional estarán en consonancia con la naturaleza de cada red social, con los objetivos de las publicaciones y las tipologías de formatos de publicación. De este modo, la creación de nuevas cuentas institucionales debe guiarse siempre por las líneas de actuación recogidas en este manual para lograr una identificación clara, adecuada e inequívoca con la Universidad de Salamanca.

Para mantener la imagen gráfica de la USAL se sugiere que los gestores de cuentas en redes sociales mantengan siempre un diseño coherente con los elementos visuales (colores, tipografías...) de nuestra universidad.

Procedimiento de creación de cuentas en redes sociales

Cada centro, departamento o institución dependiente de la Universidad de Salamanca que desee crear una cuenta en cualquier red social, deberá comunicarlo al área de marketing de la USAL indicando:

1. Nombre y apellidos del solicitante.
2. Nombre de la facultad, departamento, servicio o centro al que estará adscrita la cuenta.
3. Red social en la que quiera abrir el perfil.
4. Nombre de usuario en cada red social.
5. Persona o personas que gestionarán ese perfil o perfiles.
6. Breve exposición de los contenidos y finalidad de la cuenta.

Una vez que el solicitante haya recibido la autorización podrá proceder a la activación de la cuenta.

Recomendaciones generales para la creación y gestión de perfiles en todas las redes sociales

- Completar el perfil con la información básica (nombre de facultad, servicio, unidad...etc.).
- Adaptar las imágenes de forma adecuada a los formatos correspondientes de cada web siguiendo la línea de imagen institucional recogida en este manual.
- Incluir el enlace al sitio web oficial correspondiente
- Breve resumen de los objetivos del perfil.
- Evitar la creación de redes sociales efímeras (para congresos de una semana, seminarios de dos días...etc.).
En este tipo de casos, una vez finalizado dicho evento, esas redes sociales se convierten en canales inactivos.
En estos casos, se recomienda difundirlo a través de las redes oficiales de la Universidad, del grupo de investigación o Facultad asociado.
- Cuando se realicen publicaciones vinculadas con la actividad académica, investigadora e institucional de la Universidad de Salamanca, se recomienda nombrar a la Universidad (@usal) a fin de dar difusión a toda la actividad universitaria que se lleva a cabo en la USAL.

*En caso de necesitar asesoramiento para llevar a cabo estas actuaciones, pueden contactar con el área de Marketing del Servicio Producción e Innovación Digital, a través del teléfono 923294500, ext. 3286.

2.3.II | REDES SOCIALES (perfil Facebook)

Es necesaria la creación de una página que, a su vez, estará siempre vinculada a uno o varios perfiles personales que pueden tener roles diferentes (administrador de cuenta, editor...). Además de cumplimentar todos los datos básicos, es recomendable prestar atención al nombre de la URL y del perfil, a fin de que se identifique con la Universidad de Salamanca.

La imagen de portada de las redes sociales deben componerse únicamente de imagen, se evitará el uso de texto. Siempre que sea posible, se recomienda utilizar una imagen relacionada con el centro o servicio.

Fórmula recomendada:

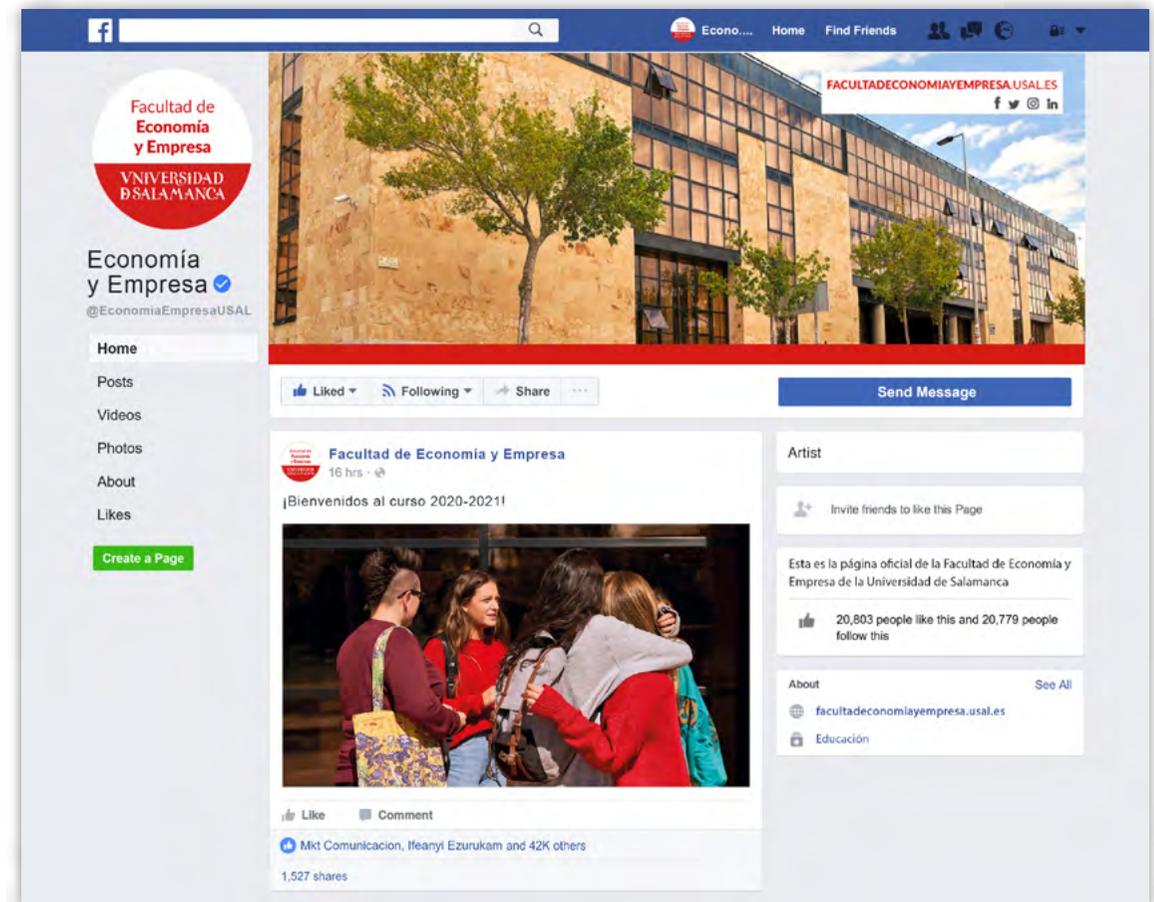
- **Nombre propio + USAL**
- **Nombre del perfil:**
Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Salamanca
- **Nombre de URL:**
facebook.com/facultadEconomiaEmpresaUSAL

Imágenes página (recomendadas en formato PNG):

- Fotografía de perfil: 170 x 170 px.
- Imagen de portada: 820 x 312 px.

Imágenes en versión móvil (formato PNG):

- Portada o cabecera: 560 x 315 px.
- Perfil: 128 x 128 px.



2.3.II | REDES SOCIALES (perfil Twitter)

Se recomienda, al menos, una publicación diaria, aunque lo más conveniente es entre 2 y 3, siempre que sea posible. Algunos contenidos recomendados que pueden ser publicados son: noticias relevantes relacionadas, agenda, retuitear información de interés o fomentar la conversación con los seguidores. A la hora de crear un nuevo perfil es importante, establecer un nombre y una URL apropiados.

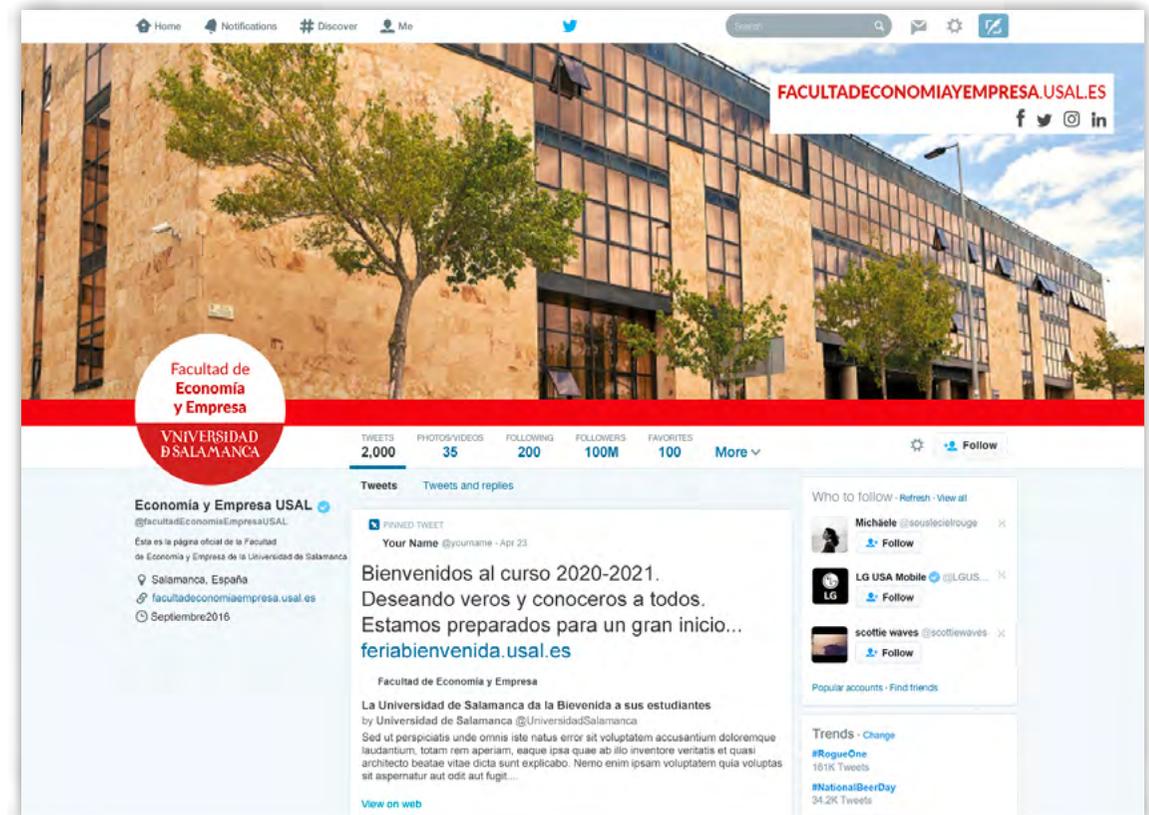
La imagen de portada de las redes sociales deben componerse únicamente de imagen, se evitará el uso de texto. Siempre que sea posible, se recomienda utilizar una imagen relacionada con el centro o servicio.

Fórmula recomendada:

- Nombre propio + USAL
- Nombre del perfil:
FacultadEconomíaEmpresaUSAL
- Nombre de URL:
twitter.com/EconomiaEmpresaUSAL

Imágenes página:

- Fotografía de perfil: 400 x 400 px.
- Imagen de cabecera: 1500 x 500 px.



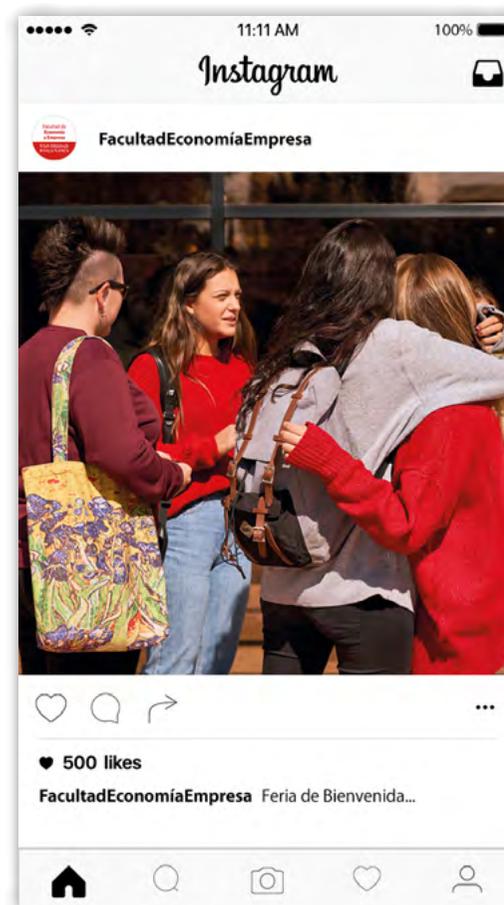
2.3.II | REDES SOCIALES (perfil Instagram)

Es importante tener presente que Instagram es una red social cuyo uso principalmente se realiza en dispositivos móviles y que tiene un carácter mayoritariamente visual. Por eso, es determinante cuidar mucho las imágenes y vídeos cortos que se quieren compartir.

Al igual que Facebook, existen los formatos de persona y empresa. Todas las cuentas que se abran en la USAL deben hacerlo con perfil de empresa, de esta forma se tendrá acceso a estadísticas y se identificará con una cuenta oficial de la USAL.

Imágenes página:

- Fotografía de perfil: 110 x 110 px.



2.3.II | REDES SOCIALES (perfil Instagram)

Una línea gráfica coherente toca todos los ámbitos de la comunicación, hasta los detalles más pequeños, como puede ser la imagen de los canales de Instagram. Se recomienda el uso de iconos sencillos, de color rojo o azul sobre fondo blanco para una mayor legibilidad teniendo en cuenta los tamaños mínimos en los que se visualizarán.

En caso de contar con un canal donde se vuelque temas de actualidad o avisos, se recomienda invertir el juego cromático para que el usuario, detecte de manera rápida dónde acudir.



2.3.II | REDES SOCIALES (LinkedIn)

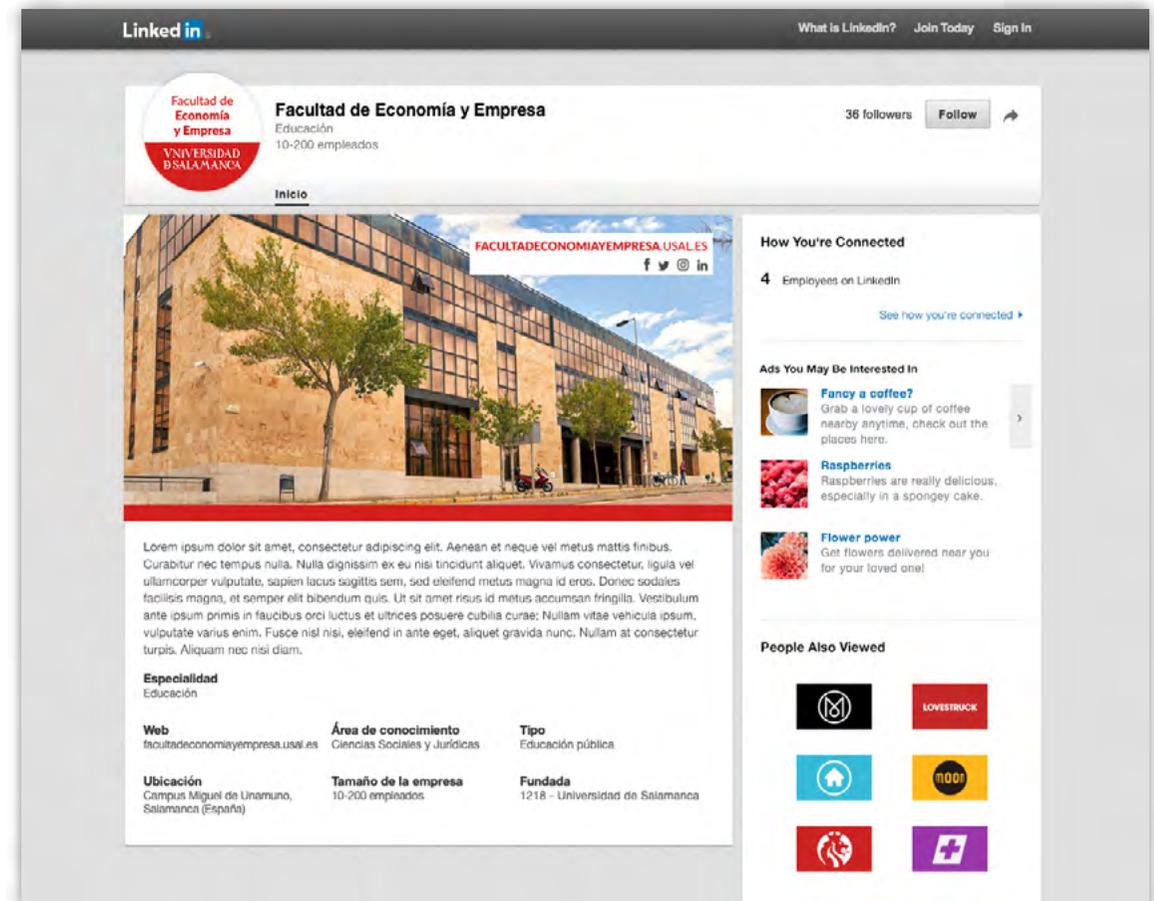
La Universidad de Salamanca cuenta con un perfil institucional en esta red profesional. En este sentido, los contenidos de esta cuenta se centran en dar a conocer aspectos de la USAL relacionados con empleo, investigación y relación con otras instituciones y organizaciones.

Para promover la difusión de contenidos mediante el perfil oficial se recomienda que desde los distintos centros, servicios, departamentos...etc, se remitan al área de Marketing la información que pueda ser susceptible de ser publicada y que se rija por esos principios anteriormente mencionados.

La imagen de portada de las redes sociales deben componerse únicamente de imagen, se evitará el uso de texto. Siempre que sea posible, se recomienda utilizar una imagen relacionada con el centro o servicio.

Imágenes página:

- Imagen perfil: 400 x 400 px.
- Imagen de cabecera: 1584 x 396 px.
Tamaño máximo del archivo: 4MB.
- Fotografía de los post: 520 x 320 px.
- Logotipo institucional: 300 x 300 px.
- Imagen de portada: 1584 x 396 px



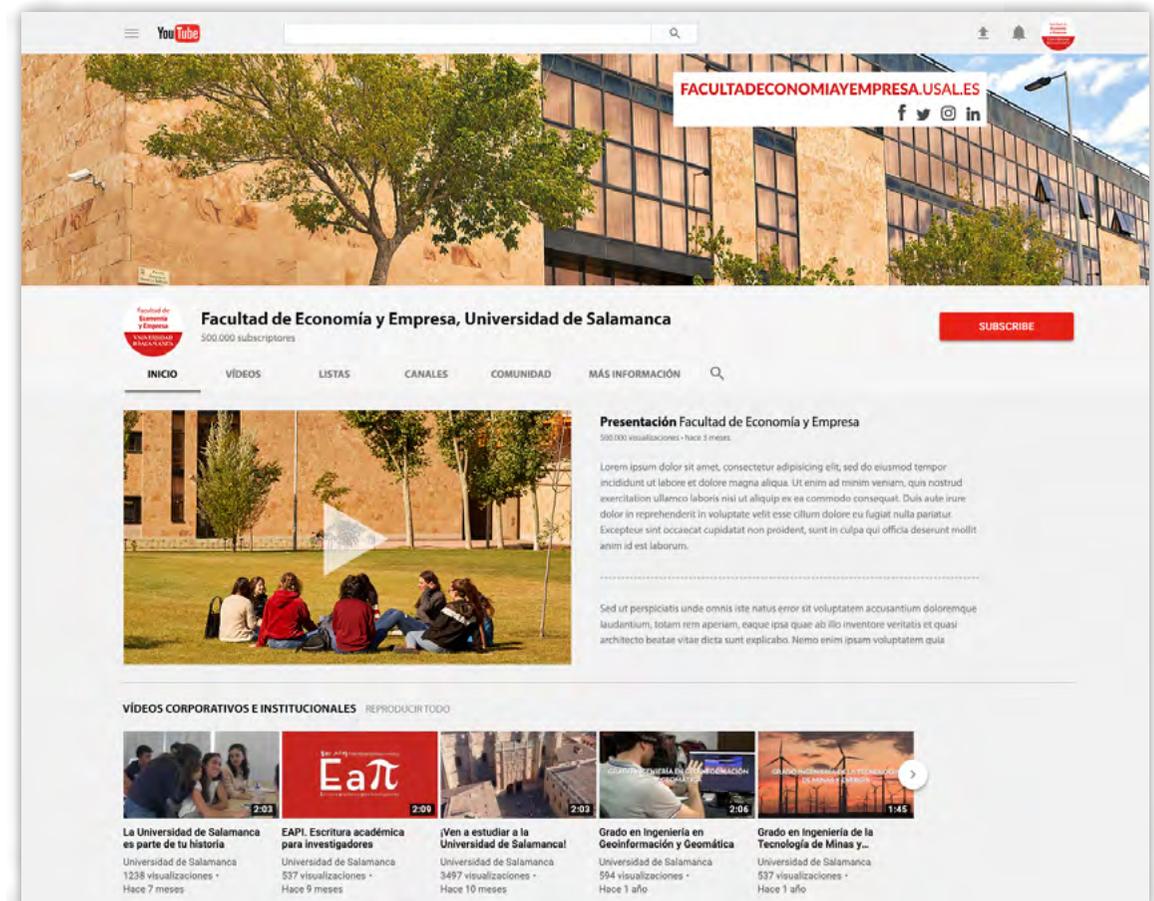
2.3.II | REDES SOCIALES (YouTube)

Un canal de YouTube es un herramienta perfecta para la difusión de las actividades y la realización de las mismas, dado que al no contar con un acto presencial, el posible público objetivo no tiene fronteras.

Para una identificación de dichos canales con la institución Universidad de Salamanca, al igual que en el resto de redes sociales, se recomienda seguir la línea gráfica que se marca en este documento.

Imágenes página:

- Imagen perfil: 800 x 800 px.
- Imagen de cabecera: 2560 x 1140 px.
- Miniatura del vídeo: 1280 x 720 px.
- Anuncio en formato vídeo: 1920 x 1080 px.
- Anuncio horizontal para pantalla: 300 x 600 px.



Recomendaciones para difusión de eventos y acciones publicitarias

En el caso de la difusión y retransmisión de eventos en directo pueden seguirse las siguientes recomendaciones:

- En el caso de Twitter, se recomienda incluir en el tweet el hashtag y el enlace que haga referencia al evento. En este sentido, la estructura recomendada puede ser la siguiente: texto (con etiquetas o hashtags y menciones) + enlace.
- La opción de publicar eventos en Facebook y LinkedIn, Stories de Instagram y Twitter son los canales más apropiados para la difusión de eventos.
- Las imágenes utilizadas para la promoción de actos, eventos y acciones publicitarias también se deben regir por los principios generales de uso de imagen institucional recogidos en este manual.
- En el caso de crear imágenes para realizar publicidad en redes sociales, además de seguir la línea gráfica de la Universidad de Salamanca considerarse que en el caso de la publicidad en Facebook e Instagram, el estilo recomendado es incluir muy poco texto en la imagen que se va a promocionar o ninguno.

Además, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos

- Asegurarse de que la mayoría del texto que se use esté en el cuerpo del anuncio y no directamente en la imagen.
- Si se necesita incluir texto en la imagen, usar menos palabras o reducir el tamaño de la letra. Hay que tener en cuenta que, si la fuente es demasiado pequeña, es posible que el texto sea difícil de leer.

2.3.II | PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES (Facebook)

PUBLICACIONES CON IMAGEN

Recomendaciones generales:

- Archivos PNG.
- Relación de aspecto 1,91:1 a 1:1.
- Resolución: 1.080 x 1.080 px mínimo.

Recomendaciones acerca del texto:

- Texto principal: 125 caracteres.
- Título: 40 caracteres.
- Descripción: 30 caracteres.

Requisitos técnicos:

- Tamaño máximo de archivo: 30 MB.
- Ancho mínimo: 500 px.
- Altura mínima: 120 px.
- Tolerancia de relación de aspecto: 3%.

Medidas imágenes publicaciones:

- Tamaño publicaciones cuadradas: 1200 x 1200 px.
- Publicaciones horizontales: 1200 x 900 px.
- Fotos con enlaces: 1200 x 628 px.

Anuncios:

- Anuncios: 1600 x 628 px.



2.3.II | PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES (Facebook)

RECOMENDACIONES PARA ANUNCIOS CON VÍDEO

Recomendaciones de diseño

- Tipo de archivo: MP4, MOV o GIF.
- Relación de aspecto: 4:5.
- Configuración de vídeo: compresión de vídeo H.264, píxeles cuadrados, velocidad de fotogramas fija, escaneo progresivo y compresión de audio AAC estéreo superior a 128 kbps.
- Resolución: 1.080 x 1.080 píxeles como mínimo.
- Subtítulos del vídeo: opcionales, pero recomendados.
- Sonido del vídeo: opcional, pero recomendado. Los vídeos no deben contener listas de edición ni cuadros especiales.

Recomendaciones para el texto

- Texto principal: 125 caracteres.
- Título: 40 caracteres.
- Descripción: 30 caracteres.

Requisitos técnicos

- Duración del vídeo: de 1 segundo a 241 minutos.
- Tamaño de archivo máximo: 4 GB.
- Ancho mínimo: 120 píxeles.
- Altura mínima: 120 píxeles.



2.3.II | PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES (Twitter)

Para la creación de imágenes y creatividades para desarrollar publicidad en Twitter, debe utilizarse, según la recomendación de Twitter Business, contenido multimedia sólido en tus Tweets, como fotos y videos llamativos; además deben mantenerse 3 y 5 opciones creativas en rotación en todo momento, para agregar variedad y descubrir a qué responde mejor la audiencia. Los videos que duran entre 6 y 15 segundos, e incluyen subtítulos y una difusión de la marca destacada, tienen un mejor rendimiento.

Medidas imágenes:

- Imágenes tweet: 1024 x 512 px.
Permitidas en JPG, PNG o GIF.
- Twitter cards: 800 x 320 px.
- Summary Card con fotografía: 280 x 150 px.
- Imagen in-stream: 440 x 220 px.

Además, debe tenerse muy en cuenta:

- Hacer un uso adecuado de la imagen de perfil y portada o cabecera para cumplir con los criterios de identidad visual corporativa de la Universidad de Salamanca.
- Evitar un uso inadecuado de palabras o expresiones (abreviaturas incorrectas, etc.) para acortar palabras y ajustarse al espacio. Es importante comunicar de forma clara y legible en todas las cuentas institucionales.
- Siempre que sea posible se mencionará a las entidades aludidas, incluyendo a @usal. El texto debe ser conciso y el enlace, siempre que se pueda, debe remitir a la Información recogida en webs de la USAL (sala de prensa, webs de facultades, grupos de investigación, etc.), así como utilizar correctamente el etiquetado en texto y fotos.
- Es recomendable no abusar de la utilización de Hashtag, ni crear hashtag imposibles de escribir y recordar. La creación de hashtag debe regirse por sencillez, claridad y concisión. De esta forma se integrará mejor en cualquier conversación en redes sociales y en cualquier tipo de acción de marketing y comunicación, será fácil de recordar y por tanto, se compartirá más.
- En el caso de recibir críticas agresivas en este canal se recomienda analizar el contenido de las mismas y responder de forma constructiva. En estos casos, el área de marketing prestará su apoyo y asesoramiento para resolver dudas relacionadas con este tipo de actuaciones.



2.3.II | PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES (Twitter)

FORMATOS DE IMAGEN EN FUNCIÓN DE LOS TIPOS DE ANUNCIO

Anuncios de carrusel

- Número de diapositivas: 2 a 6 (Imágenes o videos).
- Relación de aspecto: elementos de imagen de 1.91:1 y 1:1 con una misma relación de aspecto dentro de un carrusel.
- Enlace: Un destino de sitio web o de app para todas las diapositivas.

Amplify Pre-roll

- Tamaño del archivo: Máx.1 GB.
- Duración del video: 15 segundos o menos Máx.: 2 minutos y 20 segundos.
- Ciertos anunciantes podrán solicitar un aumento de hasta 10 minutos.
Comunícate con tu representante de cuenta de Twitter para obtener más información.

Tipos de archivo: MP4 o MOV

- Recomendación de tasa de bits: 6000-10 000 (se recomiendan 6000) para 1080 p. 5000 - 8000 (se recomiendan 5000) para 720 px.
- Tamaño recomendado: 1200 x 1200 (el mínimo para 1:1 es 600 x 600 px).
Se acepta cualquier altura, pero si esta supera el ancho, el video se recortará a 1:1 en el feed.
- Si no es una relación de aspecto de 1:1: 640 x 360 px como mínimo.
- Inclusión de la marca: Es muy recomendable posicionar el producto de forma prominente para aumentar la consideración del producto.
- Subtítulos: Es muy recomendable usar subtítulos cerrados o superposiciones de texto.

Miniatura

- Archivos admitidos: PNG o JPEG.
- Relación de aspecto: Se recomienda que coincida con el tamaño del vídeo.
- Tamaño mínimo: 640 x 360 px.
- Tamaño máximo: 5 MB.

Amplify Sponsorships

- Duración del video: 6 segundos o menos.
- Inclusión de la marca: Es muy recomendable incluirla en todo momento.
- Subtítulos: Es muy recomendable usar subtítulos cerrados o superposiciones de texto.
- Tipo de archivo: MP4 o MOV.
- Relación de aspecto: 16 x 9 o 1 x 1.
- URL: Debe comenzar con http:// o https://
- Tamaño del archivo: 1 GB máx.
- Códec de video: H264, perfil de línea de base (baseline) con espacio de color 4:2:0.
- Velocidad de fotogramas: 29.97 FPS o 30 FPS.
- Recomendación de tasa de bits:
 - 6000 -10 000 K para 1080 P
 - 5000 - 8000 K para 720 P

2.3.II | PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES (Instagram)

Medidas imágenes publicaciones:

- Imagen cuadrada:
1080 x 1080 px. También 640 x 640 px.
- Imagen horizontal:
1080 x 566 px.
- Imagen vertical:
1080 x 1350 px.
- Stories:
1080 x 1920 px.

Vídeos IGTV:

- Vertical: máximo 9:16 y mínimo 4:5.
- Horizontal: máximo 16:9 y mínimo 5:4.
- Foto de portada: 1:1.55 o 420 x 654 px.

Publicidad:

- Formato cuadrado: 1080 x 1080 px.
- Formato horizontal: 1080 x 566 px.
- Anuncios en historias: 1080 x 1920 px
(el mínimo es de 600 x 1067 px)
con una relación de aspecto de 9:16.
Tamaño máximo 30MB.



2.3.III | EMAIL (firma email general)

El email se ha convertido en uno de los medios de comunicación más utilizados. Tanto en el ámbito laboral como en el medio académico su necesidad es indiscutible. Cualquier miembro del PAS y PDI que su correo termine en @usal.es, debería tener una firma e imagen de email acorde a la línea gráfica institucional de la Universidad de Salamanca. Para ello, se han desarrollado diferentes posibilidades para que cualquier persona encuentre la adecuada para su caso.

Desde la bandeja de entrada del correo USAL > “Configuración > Ajustes” se puede configurar la firma institucional según estos ajustes:

- Imagen Marca Universidad
- + Facultad o Escuela/Servicio: 75px de alto. Tamaño mediano de la imagen.
- Dirección postal y teléfono: Sans Serif, Normal, Gris.
- Email: Sans Serif, Normal, Cursiva, Subrayado.
- Dirección web: Sans Serif, Normal, Negrita, Mayúsculas, Subrayado. Incluye el enlace a la web.

**En la web identidadcorporativa.usal.es se muestran los pasos que se deben seguir para configurar la firma institucional con los ajustes que permite la configuración del email USAL.*



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de
Nombre

CAMPUS, EDIFICIO...
Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.
(34) 923 00 00 00 Ext.0000
email@usal.es
USAL.ES

** Si prefiere configurarla externamente e incrustarla como imagen, se detallan los estilos de configuración para que el resultado sea como el del ejemplo de la derecha:*

- Marca Universidad + Facultad o Escuela/Servicio: 60px de alto.
- Línea continua: 1px solid #4d4d4d.
- Dirección postal: Lato Regular 11px.
- Email: Lato Bold Italic 11px #4d4d4d.
- Dirección web: Lato Black 11px #4d4d4d.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de
Nombre

CAMPUS, EDIFICIO...
Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.
(34) 923 00 00 00 Ext.0000
email@usal.es
WEB.USAL.ES

2.3.III | EMAIL (firma email Decanato/Dirección)

Firma para el Decano/a de la Facultad o Escuela o del Director/a del Servicio Universitario.

Desde la bandeja de entrada del correo USAL > “Configuración > Ajustes” se puede configurar la firma institucional según estos ajustes:

- Imagen Marca Universidad
+ Facultad o Escuela/Servicio: 75px de alto.
Tamaño mediano de la imagen.
- Nombre y Apellidos: Sans Serif, Normal, Negrita, Azul.
- Cargo: Sans Serif, Normal, Negrita Cursiva, Azul.
- Dirección postal y teléfono: Sans Serif, Normal, Gris.
- Email: Sans Serif, Normal, Cursiva, Subrayado.
- Dirección web: Sans Serif, Normal, Negrita, Mayúsculas, Subrayado. Incluye el enlace a la web.

*En la web identidadcorporativa.usal.es se muestran los pasos que se deben seguir para configurar la firma institucional con los ajustes que permite la configuración del email USAL.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de
Nombre

Nombre Apellido1 Apellido2

Decano/a, Director/a

CAMPUS, EDIFICIO...

Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.

(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

USAL.ES

* Si prefiere configurarla externamente e incrustarla como imagen, se detallan los estilos de configuración para que el resultado sea como el del ejemplo de la derecha:

- Marca Universidad + Facultad o Escuela/Servicio: 60px de alto.
- Línea continua: 1px solid #4d4d4d.
- Nombre y Apellidos: Lato Heavy 15px #385e9d.
- Cargo: Lato Heavy Italic #385e9d.
- Dirección postal: Lato Regular 11px.
- Email: Lato Bold Italic 11px #4d4d4d.
- Dirección web: Lato Black 11px #4d4d4d.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de
Nombre

Nombre Apellido1 Apellido2

Decano/a, Director/a...

CAMPUS, EDIFICIO..
Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.
(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

WEB.USAL.ES

2.3.III | EMAIL (firma email Secretaría)

Firma para el Secretario/a y vicesecretarios/as de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

Desde la bandeja de entrada del correo USAL > “Configuración > Ajustes” se puede configurar la firma institucional según estos ajustes:

- Imagen Marca Universidad
+ Facultad o Escuela/Servicio: 75px de alto.
Tamaño mediano de la imagen.
- Nombre y Apellidos: Sans Serif, Normal, Negrita, Azul.
- Cargo: Sans Serif, Normal, Negrita Cursiva, Azul.
- Dirección postal y teléfono: Sans Serif, Normal, Gris.
- Email: Sans Serif, Normal, Cursiva, Subrayado.
- Dirección web: Sans Serif, Normal, Negrita, Mayúsculas, Subrayado. Incluye el enlace a la web.

*En la web identidadcorporativa.usal.es se muestran los pasos que se deben seguir para configurar la firma institucional con los ajustes que permite la configuración del email USAL.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de
Nombre

Nombre Apellido1 Apellido2
Secretario/a de la Facultad/Servicio

CAMPUS, EDIFICIO..

Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.

(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

USAL.ES

* Si prefiere configurarla externamente e incrustarla como imagen, se detallan los estilos de configuración para que el resultado sea como el del ejemplo de la derecha:

- Marca Universidad + Facultad o Escuela/Servicio: 60px de alto.
- Línea continua: 1px solid #4d4d4d.
- Nombre y Apellidos: Lato Heavy 15px #385e9d.
- Cargo: Lato Heavy Italic #385e9d.
- Dirección postal: Lato Regular 11px.
- Email: Lato Bold Italic 11px #4d4d4d.
- Dirección web: Lato Black 11px #4d4d4d.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de
Nombre

Nombre Apellido1 Apellido2

Secretario/a de Facultad/Servicio

CAMPUS, EDIFICIO..

Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.
(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

WEB.USAL.ES

2.3.III | EMAIL (firma email general Departamento /Unidad)

Firma e imagen de perfil genéricos para un Departamento/Unidad de la Facultad, Escuela o Servicio.

Desde la bandeja de entrada del correo USAL > “Configuración > Ajustes” se puede configurar la firma institucional según estos ajustes:

- Marca Universidad/Facultad,Escuela o Servicio Universitario + Departamento/Unidad: 75px de alto. Tamaño mediano de la imagen.
- Nombre y Apellidos: Sans Serif, Normal, Negrita, Azul.
- Cargo: Sans Serif, Normal, Negrita Cursiva, Azul.
- Dirección postal y teléfono: Sans Serif, Normal, Gris.
- Email: Sans Serif, Normal, Cursiva, Subrayado.
- Dirección web: Sans Serif, Normal, Negrita, Mayúsculas, Subrayado. Incluye el enlace a la web.



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de **Nombre**

Departamento/Unidad/Área de **Nombre**

CAMPUS, EDIFICIO...

Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.

(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

USAL.ES

** Si prefiere configurarla externamente e incrustarla como imagen, se detallan los estilos de configuración para que el resultado sea como el del ejemplo de la derecha:*

- Marca Universidad + Facultad o Escuela/Servicio + Departamento/Unidad: 60px de alto.
- Línea continua: 1px solid #4d4d4d.
- Nombre y Apellidos: Lato Heavy 15px #385e9d.
- Cargo: Lato Heavy Italic #385e9d.
- Dirección postal: Lato Regular 11px.
- Email: Lato Bold Italic 11px #4d4d4d.
- Dirección web: Lato Black 11px #4d4d4d.

**En la web identidadcorporativa.usal.es se muestran los pasos que se deben seguir para configurar la firma institucional con los ajustes que permite la configuración del email USAL.*

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de **Nombre**

Departamento/Unidad/Área de **Nombre**

CAMPUS, EDIFICIO...

Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.
(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

WEB.USAL.ES

2.3.III | EMAIL

(firma email Profesor/a, técnico/a)

Firma personal de un profesor/a o técnico/a adscrito a un Departamento/Unidad de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario.

Desde la bandeja de entrada del correo USAL > “Configuración > Ajustes” se puede configurar la firma institucional según estos ajustes:

- Marca Universidad/Facultad, Escuela o Servicio Universitario + Departamento/Unidad: 75px de alto. Tamaño mediano de la imagen.
- Nombre y Apellidos: Sans Serif, Normal, Negrita, Azul.
- Cargo: Sans Serif, Normal, Negrita Cursiva, Azul.
- Dirección postal y teléfono: Sans Serif, Normal, Gris.
- Email: Sans Serif, Normal, Cursiva, Subrayado.
- Dirección web: Sans Serif, Normal, Negrita, Mayúsculas, Subrayado. Incluya el enlace a la web.

*En la web identidadcorporativa.usal.es se muestran los pasos que se deben seguir para configurar la firma institucional con los ajustes que permite la configuración del email USAL.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad/Servicio de **Nombre**

Departamento/Unidad/Área de **Nombre**

Nombre Apellido1 Apellido2

Cargo académico o administrativo

CAMPUS, EDIFICIO...

Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.

(34) 923 00 00 00 Ext.0000

email@usal.es

USAL.ES

* Si prefiere configurarla externamente e incrustarla como imagen, se detallan los estilos de configuración para que el resultado sea como el del ejemplo de la derecha:

- Marca Universidad + Facultad o Escuela/Servicio + Departamento/Unidad: 60px de alto.
- Línea continua: 1px solid #4d4d4d.
- Nombre y Apellidos: Lato Heavy 15px #385e9d.
- Cargo: Lato Heavy Italic #385e9d.
- Dirección postal: Lato Regular 11px.
- Email: Lato Bold Italic 11px #4d4d4d.
- Dirección web: Lato Black 11px #4d4d4d.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA
Facultad/Servicio de **Nombre**
Departamento/Unidad/Área de **Nombre**

Nombre Apellido1 Apellido2
Cargo académico o administrativo

CAMPUS, EDIFICIO...
Calle, Avenida, Plaza nº. Código postal, Ciudad, España.
(34) 923 00 00 00 Ext.0000
email@usal.es
WEB.USALES

2.3.IV | PRESENTACIONES DIGITALES (Power Point)

Plantilla de PowerPoint en formato 16/9 para distribución y uso entre el personal de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario. Consta de varias diapositivas para acoger cualquier tipo de información:

- 01: Portada.
- 02: Índice general de la presentación.
- 03: Portadilla de sección que puede incluir un índice.
- 04: Título y texto.
- 05: Título, subtítulo y texto.
- 06: Título e imagen.
- 07: Título, subtítulo e imagen.
- 08: Título, texto y listado.
- 09: Título, subtítulo, texto y listado.
- 10: Título, texto resaltado e imagen.
- 11: Imagen interior de sección.
- 12: Imagen a pantalla completa.
- 13: Final.

Puede utilizarse para presentaciones general del centro, temarios de profesores, TFG, TFM, etc.

01



02

Título general de la presentación

Índice

- I. Apartado 1
- II. Apartado 2
- III. Apartado 3
- IV. Apartado 4
- V. Apartado 5

03

Título general de la presentación

Apartado 1

- A. Subapartado 1
- B. Subapartado 2
- C. Subapartado 3
- D. Subapartado 4
- E. Subapartado 5
- F. Subapartado 6
- G. Subapartado 7
- H. Subapartado 8



04

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros. Donec imperdiet, purus nec tristique bibendum, nulla dolor interdum leo, sit amet efficitur mi elit non turpis. Vivamus lacinia ligula id purus maximus, sed molestie tortor auctor. In sit amet auctor sapien, ac mollis nisi.

05

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Subtítulo si es necesario

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros. Donec imperdiet, purus nec tristique bibendum, nulla dolor interdum leo, sit amet efficitur mi elit non turpis. Vivamus lacinia ligula id purus maximus, sed molestie tortor auctor. In sit amet auctor sapien, ac mollis nisi.

06

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva



08

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros.

- Lorem ipsum dolor sit amet.

07

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Subtítulo si es necesario



09

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Subtítulo si es necesario

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros.

Subtítulo si es necesario

- Lorem ipsum dolor sit amet.

10

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**

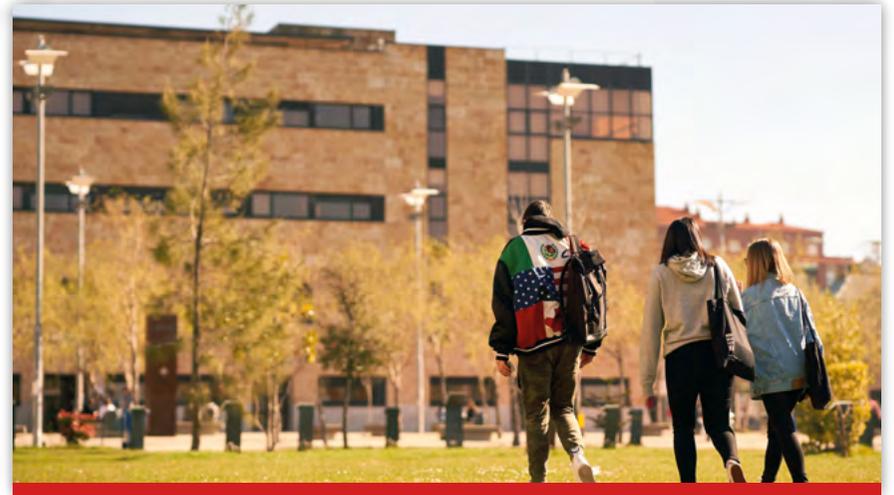
Título Apartado / Título Subapartado correspondiente

Título diapositiva

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus tristique dignissim urna, sed sagittis nisi volutpat non. Mauris id eleifend eros. Donec imperdiet, purus nec tristique bibendum, nulla dolor interdum leo, sit amet efficitur mi elit non turpis. Vivamus lacinia ligula id purus maximus, sed molestie tortor auctor. In sit amet auctor sapien, ac mollis nisi. Vestibulum vestibulum ante non eros congue hendrerit. Curabitur luctus risus vitae est condimentum pretium.



12



11

VNIVERSIDAD D SALAMANCA | Facultad de **Economía y Empresa**



13



Título presentación

Subtítulo o autor si es necesario

Facultad de
Economía y Empresa
VNIVERSIDAD D SALAMANCA

2.4 | Aplicaciones generales (merchandising)

El desarrollo de imagen gráfica para productos de merchandising es otro de los aspectos a los que debe prestarse especial atención. A continuación, se muestran ejemplos de materiales que cumplen la doble función de ser útiles y de servir como objetos promocionales entre los públicos internos y externos de la Universidad.

Existen múltiples posibilidades de adaptación a materiales. En este apartado se presentan ejemplos de posibles desarrollos de imagen gráfica de la USAL en diferentes productos. La línea gráfica deberá adaptarse siempre de la manera más correcta al producto final escogido e, incluso, puede ser necesario desarrollar nuevas adaptaciones.

Los objetos seleccionados ejemplifican cómo a través del uso de merchandising se puede contribuir a la promoción de la imagen de marca de la Universidad de Salamanca, así como a potenciar el sentimiento de pertenencia a la comunidad universitaria de la USAL a través de la unificación de colores, simbología y tipografía.

2.4.I | PAPELERÍA PROMOCIONAL

Cuadernos	191
Bolígrafo	194
Lapiceros	195

2.4.II | TECNOLOGÍA

Powerbank	196
Alfombrilla ratón	197
Fondo de pantalla	198

2.4.III | ROPA

Chapas	199
Camisetas	200
Sudadera	201
Pulsera	202
Totebag	203

Se ofrece asesoramiento en el caso de que la Facultad, Escuela o Servicio Universitario vaya a producir estos materiales u otros nuevos. Contactar con el email o extensión de la penúltima página de este documento.

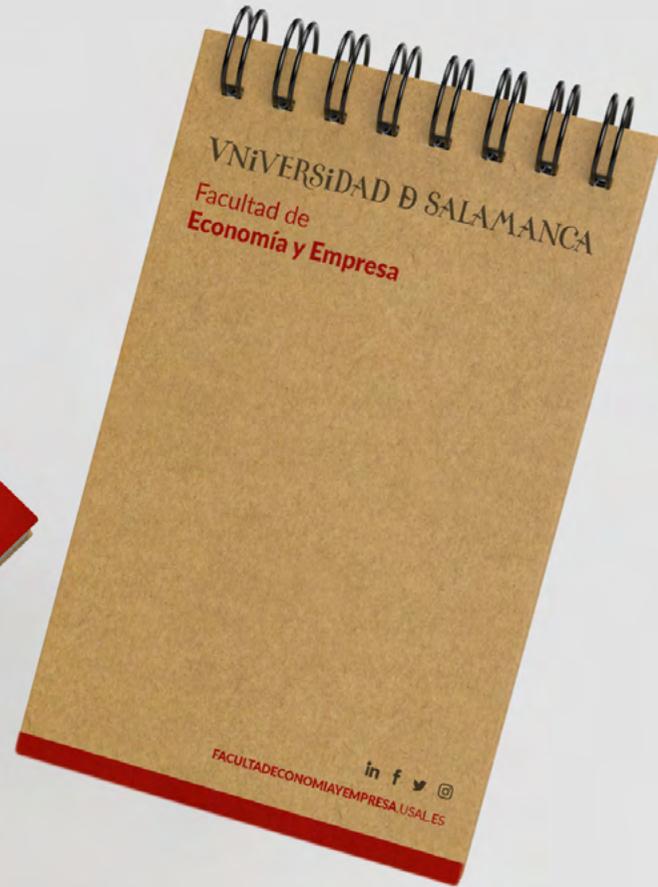
** El Servicio de Producción e Innovación Digital realizará los archivos finales necesarios para la producción de dichos materiales.*

No gestionará ni asumirá los trámites necesarios con imprenta, presupuestos, costes de producción, entregas o recogidas que supongan la realización de los mismos.

2.4.I | PAPELERÍA PROMOCIONAL (cuadernos)

Varios ejemplos de cómo puede aplicarse la línea gráfica en diversos modelos de cuadernos.







Juntos hacemos Facultad

- +300 convenios de prácticas para trabajar en empresas
- +200 convenios internacionales para estudiar en el exterior
- 90% empleabilidad entre sus egresados

FACULTADECONOMIA Y EMPRESA.USALES



2.4.1 | PAPELERÍA PROMOCIONAL (bolígrafos)

Ejemplos de bolígrafos.



2.4.1 | PAPELERÍA PROMOCIONAL (lapiceros)

Adaptación de la imagen de marca en lapiceros.



2.4.II | TECNOLOGÍA (powerbank)

Una muestra de adaptación de la marca en un producto de utilidad y que puede utilizarse, por ejemplo, como material promocional en momentos clave, como en la formalización de la matrícula.



2.4.II | TECNOLOGÍA (alfombrilla ratón)

Ejemplo de personalización del diseño en alfombrillas de ratón.

Esta aplicación puede ser especialmente interesante para ofrecer un mayor carácter institucional en ciertos espacios de la Universidad de Salamanca, como las aulas de informática (presentes en todas las facultades y en muchos centros de la Institución).



2.4.II | TECNOLOGÍA (fondo de pantalla)

En este caso, se presenta una propuesta para implementar la imagen gráfica en espacios tan comunes y de uso diario, como el fondo de pantalla del personal del PDI y el personal de Administración y Servicios de la Universidad.



2.4.III | ROPA (chapas)

La indumentaria institucional es otro de los elementos en los que es de suma importancia la utilización de una correcta imagen de marca de la Universidad, de sus facultades y centros.



2.4.III | ROPA (camisetas)

El elevado grado de desarrollo del sistema gráfico creado para la marca de la Universidad de Salamanca ofrece infinidad de opciones de aplicación a merchandising como es el caso, por ejemplo de camisetas o polos. Permite, entre otros aspectos, ofrecer una imagen más o menos formal en función de los elementos que se incluyan (iconos, etc).



2.4.III | ROPA (sudadera)

Ejemplo de diseño completo para una Facultad, Escuela o Servicio Universitario.
En este caso, se utiliza el escudo institucional como textura en la parte trasera de la sudadera.



2.4.III | ROPA (pulsera)

Ejemplo de aplicación de imagen gráfica institucional en pulseras de silicona o de tela. Con una sencilla impresión a un color y escogiendo adecuadamente el color de fondo, puede conseguirse que sea muy utilizada por el alumnado para la promoción de la propia Universidad o de Facultades, Escuelas o Servicios Universitarios.



2.4.III | ROPA (totebag)

Ejemplo de unificación de imagen en producto tan versátil y útil en la vida diaria, como una bolsa de tela de múltiples usos.

Con una sencilla impresión puede personalizarse y utilizarse como material promocional.



2.5 | Aplicaciones publicitarias (promocionales papel)

En los últimos años la Universidad de Salamanca ha diversificado de forma considerable sus fórmulas de promoción. Trabajando de manera conjunta con Facultades, Escuelas y Servicios, se está haciendo un gran esfuerzo para publicitar y comunicar la oferta académica y de servicios de la USAL haciendo hincapié en dar a conocer los logros, hitos, puntos fuertes y otros elementos diferenciadores de nuestra Universidad frente a otras instituciones.

Ofrecer este tipo de información de forma clara ayuda a realizar una promoción más eficaz de las titulaciones ofertadas, de los centros y servicios.

Se han desarrollado diversas propuestas de materiales promocionales, tanto offline como online, para atraer nuevos alumnos y ofrecer información al alumnado existente.

A continuación se presenta la línea gráfica promocional de centros y de las titulaciones ofertadas en diferentes soportes offline, con distintas aplicaciones y con ejemplos de posibles fórmulas para presentar los contenidos.

Se ofrece el servicio de diseño y preimpresión en el caso de que la Facultad, Escuela o Servicio Universitario vaya a producir estos materiales u otros nuevos. Contactar con el email o extensión de la penúltima página.

** El Servicio de Producción e Innovación Digital realizará los archivos finales necesarios para la producción de dichos materiales. No gestionará ni asumirá los trámites necesarios con imprenta, presupuestos, costes de producción, entregas o recogidas que supongan la realización de los mismos.*

2.5.I | GENERAL FACULTAD/SERVICIO

Tríptico	206
Díptico	211
Flyer	216
Carteles	219
Roll-up	222

2.5.II | PROMOCIÓN ESTUDIOS

Cartel listado estudios	224
Roll-up listado estudios	225
Cartel listado estudios de Grado	226
Cartel listado estudios de Máster Universitario	227
Cartel listado Programas de Doctorado	228

2.5.III | PROMOCIÓN ACTIVIDADES/CHARLAS/CONGRESOS

Cartel	229
Roll-up	230
Flyer	232
Díptico	234
Tríptico	236

2.5.I | GENERAL FACULTAD/SERVICIO (tríptico)

Ejemplo de tríptico para promocionar una Facultad, Escuela o Servicio Universitario.
Se ofrece la información más destacada, junto con elementos como la ubicación del centro o Servicio. Estos elementos se acompañan con un lema institucional y fotografías propias y de calidad que ayudan a crear y mantener la imagen de marca de la Universidad de Salamanca.



Dónde encontrarnos

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de Economía y Empresa

CÁMERA MIGUEL DE USABALINO
Plaza Francisco Tomás y Valiente, 6/n.
37007 Salamanca (España)

+34 923 29 42 61
dec@usal.es

VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Facultad de Economía y Empresa

 Economía y Empresa USAL.
 @EconomíaUSAL.

 @EconomíaUSAL
 @economia_usal

FACULTADECONOMIAEMPRESA.USAL.ES



+200
convenios internacionales
para estudiar en el exterior

+300
convenios de prácticas
para trabajar en empresas

90%
empleabilidad

Juntos

Juntos estamos desarrollando iniciativas dinámicas e innovadoras.
Juntos estamos compartiendo conocimientos y valores dentro de un gran equipo humano.
Juntos estamos caminando en una misma dirección.

Juntos estamos consiguiendo que lo que hacen nuestros estudiantes hoy, se sientan orgullosos mañana.
En definitiva, **Juntos Hacemos Facultad.**

¿y qué quieres estudiar?

GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas
- Economía
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

DOBLE GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas + Derecho
- Administración y Dirección de Empresas + Ingeniería Informática
- Administración e Interpretación + Traducción de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas + Relaciones Laborales y Recursos Humanos
- Farmacia + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión del Turismo (Ávila) + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

MÁSTER UNIVERSITARIO:

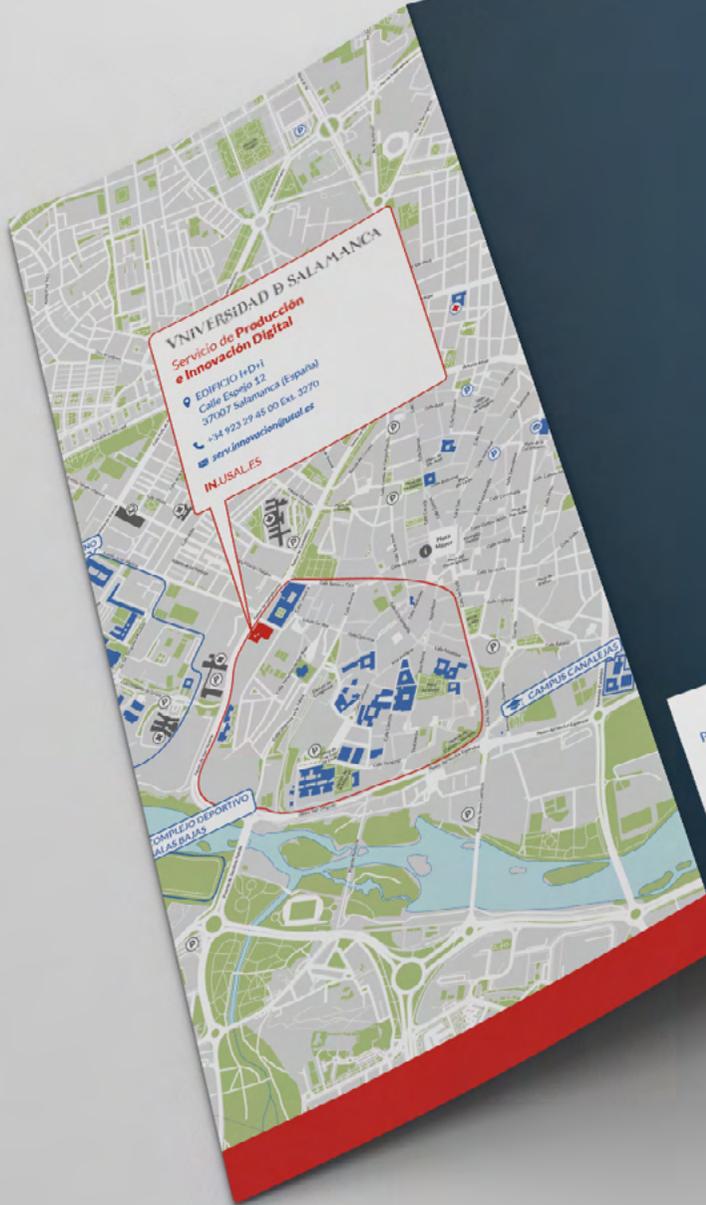
- Investigación en Administración y Economía de la Empresa

DOCTORADO:

- Economía
- Economía de la Empresa



FACULTADECONOMIAYESPESA.USAL.ES



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
Servicio de Producción e Innovación Digital

in
Producción e Innovación Digital
f
@masinUSAL

@masIN_USAL
@masinusal

IN.USALES



Visión innovadora

Grandes proyectos avalan nuestra profesionalidad



Audiovisual
Producción y comunicación audiovisual a través de medios propios de televisión y radio.



Desarrollo digital
Creación e implementación de plataformas virtuales y diagnósticos web de la comunidad universitaria.



Diseño
Comunicación gráfica online y offline en la comunidad universitaria y cuidado de la imagen gráfica institucional.



Experimentación
Desarrollo de proyectos creativos y experimentación tecnológica.



Formación
Formación especializada en el ámbito digital y mantenimiento de la plataforma Studium.



Marketing digital
Creación de campañas de difusión de eventos y mantenimiento de las redes sociales institucionales.



Virtualización
Apoyo a la virtualización de estudios y proyectos educativos.

2.5.I | GENERAL FACULTAD/SERVICIO (díptico)

El mismo contenido planteado en un formato díptico.



Dónde encontrarnos



 **VNIVERSIDAD D SALAMANCA**
Facultad de Economía y Empresa

 **CAMPUS MIGUEL DE UNAMUNO**
Paseo Francisco Tomás y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)

 +34 923 29 45 61
 dec.feye@usal.es

 Economía y Empresa USAL
 @EconomíaUSAL
 @EconomíaUSAL
 @economia_usal

FACULTADECONOMIAEMPRESA.USAL.ES

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Facultad de Economía y Empresa



Juntos

Juntos estamos desarrolland iniciativas dinámicas e innovadoras.

Juntos estamos compartiendo conocimientos y valores dentro de un gran equipo humano.

Juntos estamos caminando en una misma dirección.

Juntos estamos consiguiendo que lo que hacen nuestros estudiantes hoy, se sientan orgullosos mañana.

En definitiva, **Juntos Hacemos Facultad.**

90%
empleabilidad

+300
convenios de prácticas
para trabajar en empresas

+200
convenios internacionales
para estudiar en el exterior

¿y qué quieres estudiar?

GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas
- Economía
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

DOBLE GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas + Derecho
- Administración y Dirección de Empresas + Ingeniería Informática
- Administración y Dirección de Empresas + Traducción e Interpretación
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas + Relaciones Laborales y Recursos Humanos
- Farmacia
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión del Turismo (Ávila)
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

MÁSTER UNIVERSITARIO:

- Investigación en Administración y Economía de la Empresa

DOCTORADO:

- Economía
- Economía de la Empresa



FACULTADECONOMIAEMPRESA.USALES



Dónde encontrarnos



VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Servicio de Producción e Innovación Digital

📍 EDIFICIO I+D+i
Calle Espejo 12
27007 Salamanca (España)

☎ +34 923 29 45 00 Ext. 3270

✉ serv.innovacion@usal.es

📌 Producción e Innovación Digital USAL

📺 @masinusal

📷 @masin_USAL

📱 @masinusal

📍 INUSALES

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Servicio de Producción e Innovación Digital





Visión innovadora

Grandes proyectos avalan nuestra profesionalidad

in f t i

IN.USAL.ES



Audiovisual

Producción y comunicación audiovisual a través de nuestro equipo de televisión y radio.



Diseño

Comunicación gráfica online y offline de la comunidad universitaria y cuidado de la imagen gráfica institucional.



Formación

Formación especializada en el ámbito digital y mantenimiento de la plataforma Studium.



Desarrollo digital

Creación e implementación de plataformas virtuales y páginas webs de la comunidad universitaria.



Experimentación

Desarrollo de proyectos creativos y experimentación tecnológica.



Marketing digital

Creación de campañas de difusión de eventos y mantenimiento de las redes sociales institucionales.



Virtualización

Apoyo a la virtualización de estudios y proyectos educativos.

2.5.I | GENERAL FACULTAD/SERVICIO (flyer)

En este caso se prescindne del contenido no esencial y se plantea en un flyer impreso por las dos caras.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Fa Facultad de
Eo Economía y Empresa



con pa

+300

convenios de prácticas para trabajar en empresas

+200

convenios internacionales para estudiar en el exterior

90%

empleabilidad de sus egresados

¿y qué quieres estudiar?

GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas
- Economía
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

DOBLE GRADO EN:

- Administración y Dirección de Empresas + Derecho
- Administración y Dirección de Empresas + Ingeniería Informática
- Administración y Dirección de Empresas + Traducción e Interpretación
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas + Relaciones Laborales y Recursos Humanos
- Farmacia + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión del Turismo (Ávila) + Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

MÁSTER UNIVERSITARIO:

- Investigación en Administración y Economía de la Empresa

DOCTORADO:

- Economía
- Economía de la Empresa



VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Servicio de Producción
e Innovación Digital

Visión innovadora

Grandes proyectos avalan nuestra profesionalidad

IN.USAL.ES



Audiovisual

Producción y comunicación
audiovisual a través de nuestro equipo
de televisión y radio.



Diseño

Comunicación gráfica online
y offline de la comunidad universitaria
y cuidado de la imagen gráfica institucional.



Formación

Formación
especializada
en el uso de
herramientas
digitales.



Desarrollo digital

Creación e implementación
de plataformas virtuales
y páginas webs
de la comunidad universitaria.



Experimentación

Desarrollo de proyectos creativos
y experimentación tecnológica.



Marketing digital

Creación de campañas de difusión
de eventos, y mantenimiento
de las redes sociales institucionales.



Virtualización

Apropiación de la virtualización de estudios
y proyectos educativos.

2.5.1 | GENERAL FACULTAD/SERVICIO (carteles)

Ejemplo de material promocional de Facultad, Escuela o Servicio Universitario que, por ejemplo, puede colocarse en espacios verticales del interior de sus edificios.

Un cartel es un elemento que debe resaltar rápidamente frente a otros, que pueda leerse y comprenderse con facilidad y, por eso, solo debe contener la información más relevante.

En el ejemplo ofrecido puede verse qué tipo de información puede incluirse en un cartel de estas características: un lema, cifras de las que sentirse orgullos, fotografías adecuadas, etc.



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

Juntos

Juntos estamos desarrollando iniciativas dinámicas e innovadoras.

Juntos estamos compartiendo conocimientos y valores dentro de un gran equipo humano.

Juntos estamos caminando en una misma dirección.

Juntos estamos consiguiendo que lo que hacen nuestros estudiantes hoy, se sientan orgullosos mañana.

En definitiva, **Juntos Hacemos Facultad.**

90%
empleabilidad

+300
convenios de prácticas
para trabajar en empresas

+200
convenios internacionales
para estudiar en el exterior



FACULDADECONOMIAEMPRESA.USALES

CAMPUS MIGUEL DE UNAMUNO
Paseo Francisco Torralba y Valiente, s/n
37007 Salamanca (España)
+34 923 29 45 61
dec.fep@usal.es

Economía y Empresa USAL
@EconomíaUSAL
@EconomíaUSAL
@economia_usal

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Servicio de **Producción**
e **Innovación Digital**

Visión innovadora

Grandes proyectos avalan nuestra profesionalidad

IN.USAL.ES

in f t @

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Visión innovadora



Grandes proyectos avalan nuestra profesionalidad

in f t @

IN.USAL.ES

2.5.I | GENERAL FACULTAD/SERVICIO (roll-up)

Ejemplo de diseño de roll-up para colocar en el acceso de una Facultad, Escuela o Servicio Universitario. En este caso se compone de una imagen, lema y cifras destacadas.



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Servicio de **Producción
e Innovación Digital**

Visión innovadora

Grandes proyectos avalan
nuestra profesionalidad



IN.USAL.ES

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Visión innovadora



Grandes proyectos avalan nuestra profesionalidad

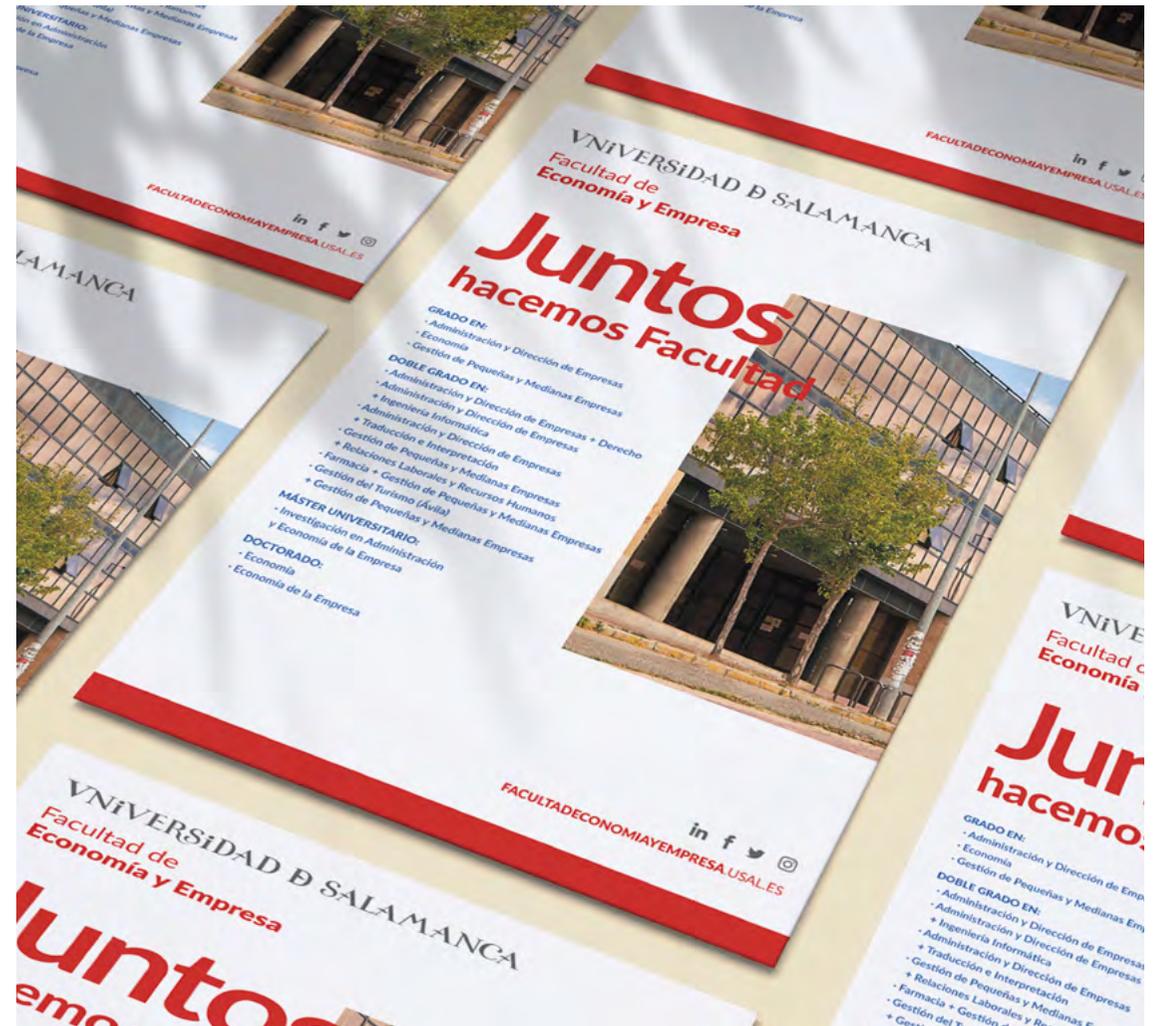
in f t @

IN.USAL.ES

2.5.II | PROMOCIÓN DE ESTUDIOS (cartel listado estudios)

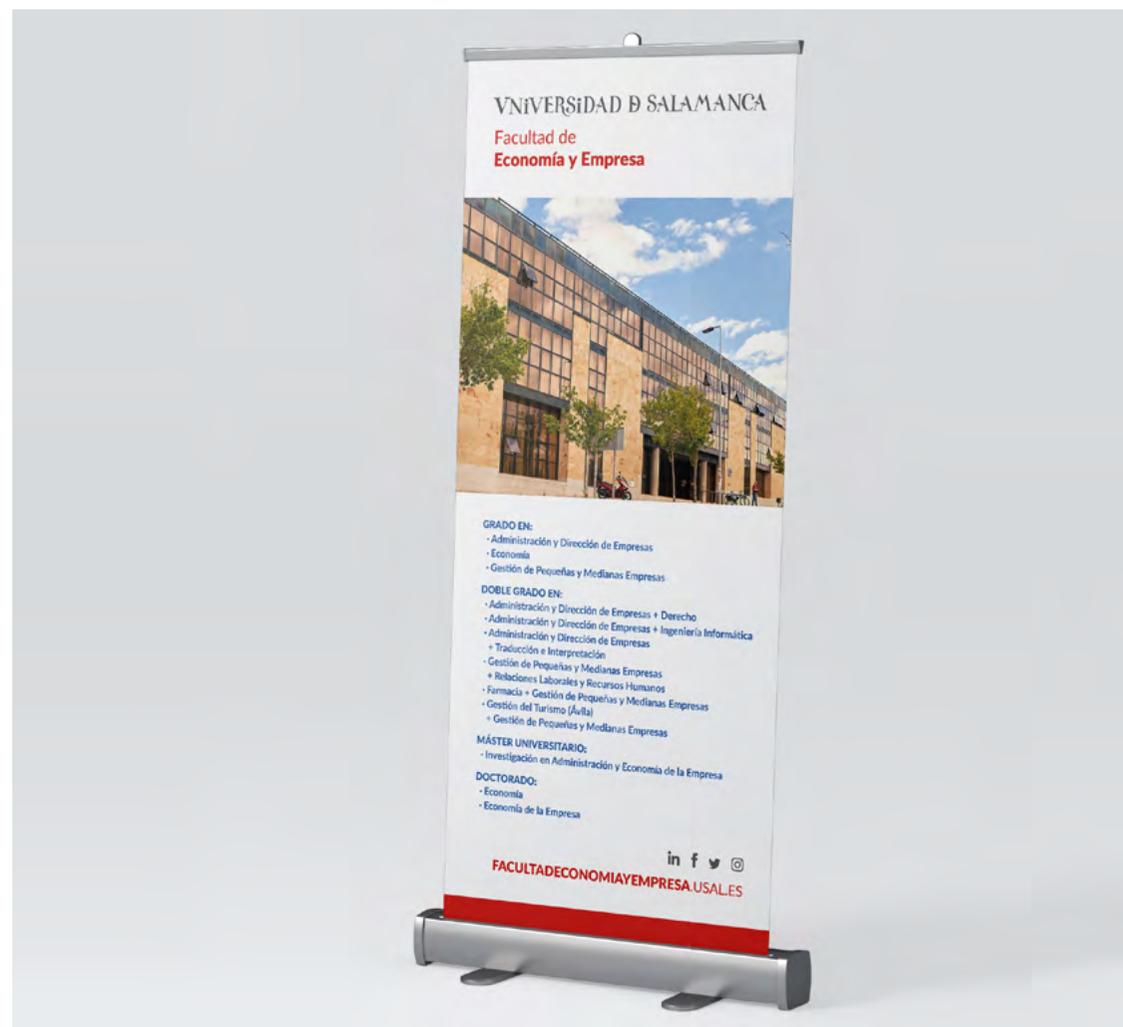
Uno de los puntos fuertes de de la Universidad de Salamanca es su amplia oferta académica. Por esa razón se ha desarrollado una línea gráfica específica enfocada en la promoción de todas las titulaciones de manera genérica.

En este caso, se incluye el listado de su conjunto, un lema y una referencia web para que el lector pueda obtener toda la información que desee sobre el centro con más detalle.



2.5.II | PROMOCIÓN DE ESTUDIOS (roll-up listado estudios)

Una versión de lo anterior en gran formato, un roll-up.



2.5.II | PROMOCIÓN DE ESTUDIOS (cartel listado estudios de Grado)

Ejemplo de cartel promocional con recopilación de oferta de estudios que pueden estudiarse una determinada Facultad.

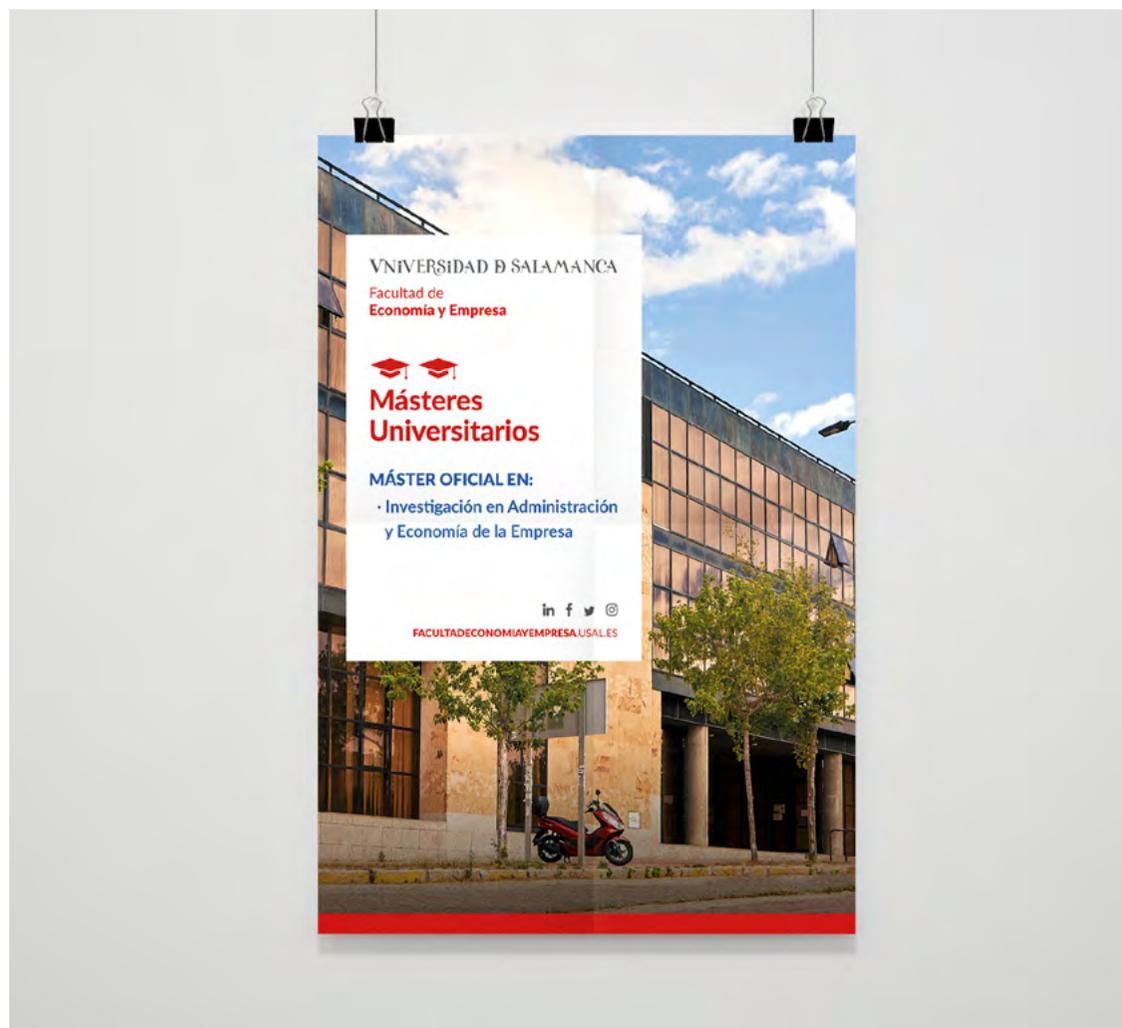
En este caso, se ha desarrollado una línea gráfica en la que puede incluirse ese contenido más específico, que sea identificable con el centro y la oferta académica. Este tipo de carteles pueden utilizarse como decoración o elemento de promoción interna de las instalaciones de Facultades y Centros o como material promocional enfocado a un público específico; por ejemplo en período de matrícula, actos de finalización de estudios, etc.

Aquí se muestra el resultado final del diseño de listado de los estudios de Grado y Doble Grado.



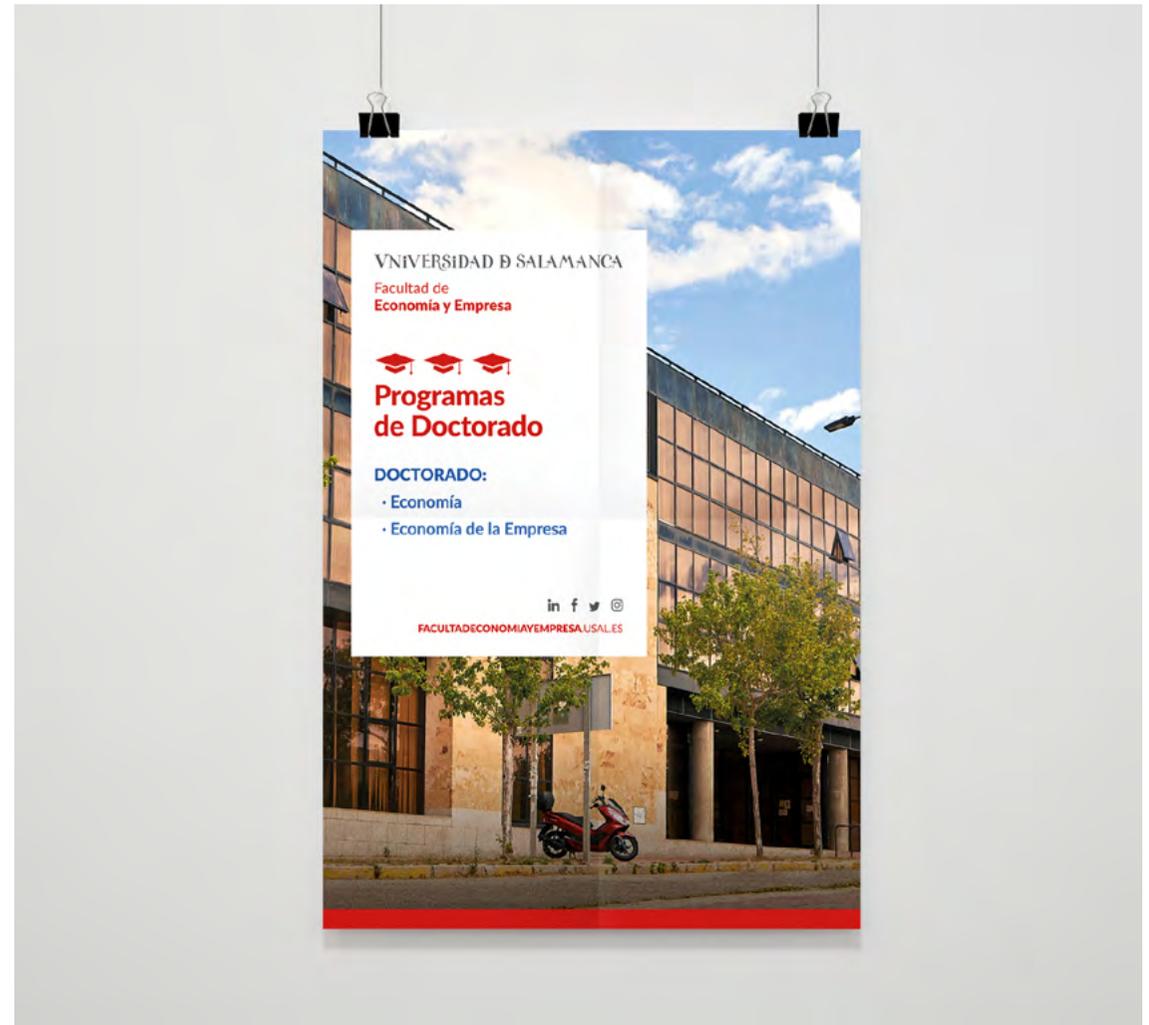
2.5.II | PROMOCIÓN DE ESTUDIOS (cartel listado estudios de Máster)

Ejemplo del Listado Oficial de Másteres Universitarios de Facultades.



2.5.II | PROMOCIÓN DE ESTUDIOS (cartel listado Programas de Doctorado)

Un ejemplo del caso de los Programas de Doctorado.



2.5.III | PROMOCIÓN ACTIVIDADES /CHARLAS/CONGRESOS (cartel)

Es habitual que las Facultades y Escuelas Superiores organicen sus propios eventos y actividades (charlas, jornadas, encuentros, congresos, seminarios, etc.). Por eso, se ha desarrollado una línea gráfica específica para este tipo de usos.

Siguiendo las características esenciales de las funciones que debe cumplir cualquier cartel, se reduce la información facilitada a lo más destacado y atrayente. Conceptualizando el tema del evento con una foto impactante y adecuada e incluyendo los siguientes elementos: título, subtítulo, fecha y lugar. Además, siempre que sea posible, se remitirá a una web o redes sociales para completar la información.



2.5.III | PROMOCIÓN ACTIVIDADES /CHARLAS/CONGRESOS (roll-up y banderola)

Otro elemento promocional vinculado a eventos y actividades son las impresiones de gran formato, como roll-up o banderolas; muy habituales por ejemplo en el caso de congresos.

En este caso, se destacan tres posibles opciones:

- Banderola promocional con la doble función de difundir y señalar donde se llevará a cabo el evento.
- Roll-up promocional con la doble función de promoción y señalización.
- Roll-up promocional e informativo utilizado durante el transcurso del evento para señalar el lugar e informar al visitante de la programación del mismo.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA

II JORNADAS DE INFORMACIÓN PARA EL ALUMNADO

Becas y prácticas en empresas europeas

*Todo lo que necesitas saber
para comenzar tu futuro laboral*

Del 9 al 11/12/2020
Salón de actos

PROGRAMA

DÍA Y HORARIO

10:00 - Insignificación
10:30 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.
11:30-12:00 - Pausa.
12:00 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.
13:30-13:00 - Pausa comida.
15:00 - Taller: NOMBRE DEL TALLER, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

10:30 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.
11:30-12:00 - Pausa.
12:00 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.
13:30-15:00 - Pausa comida.
15:00 - Taller: NOMBRE DEL TALLER, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

10:30 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.
11:30-12:00 - Pausa.
12:00 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA, Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.
12:00 - Acto de clausura.

Organizan:
Facultad de
Economía y Empresa

Organizador Organizador Organizador Organizador



FACULTADECONOMIAIEMPRESA.USAL.ES

VNIVERSIDAD D SALAMANCA

II JORNADAS DE INFORMACIÓN PARA EL ALUMNADO

Becas y prácticas en empresas europeas

*Todo lo que necesitas saber
para comenzar tu futuro laboral*

Del 9 al 11/12/2020
Salón de actos



FACULTADECONOMIAIEMPRESA.USAL.ES

Organizan:
Facultad de
Economía y Empresa

Organizador Organizador Organizador Organizador

2.5.III | PROMOCIÓN ACTIVIDADES /CHARLAS/CONGRESOS (flyer)

Ejemplo de diseño de flyer para la promoción e un evento.

Se ha desarrollado la adaptación del formato cartel a esta aplicación. Aunque se trata de un material que suele leerse con detenimiento, debe cumplir también la función diferenciadora sobre el resto de información facilitada por otro similares.

Se debe tener en cuenta su pequeño formato, por lo que no se recomienda aportar una excesiva información ya que perdería legibilidad y por tanto, no sería útil.

Aunque existen otros formatos para incluir más información como los dípticos o trípticos en el caso de que sea necesario incluir la programación o información similar, deberá tenerse en cuenta que el tamaño del flyer debe superar el formato A5 para que su contenido sea legible.





VNIVERSIDAD D SALAMANCA

II JORNADAS DE INFORMACIÓN PARA EL ALUMNADO

Becas y prácticas en empresas europeas

PROGRAMA

DÍA Y HORARIO

- 10:00 - Inauguración
- 10:30 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.
- 11:30-12:00 - Pausa.
- 12:00 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.
- 13:30-15:00 - Pausa comida.
- 15:00 - Taller:
NOMBRE DEL TALLER.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

- 10:30 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.
- 11:30-12:00 - Pausa.
- 12:00 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.
- 13:30-15:00 - Pausa comida.
- 15:00 - Taller:
NOMBRE DEL TALLER.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

- 10:30 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.
- 11:30-12:00 - Pausa.
- 12:00 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.
- 12:00 - Acto de clausura.

Organizan:

Facultad de Economía y Empresa

Organizador

Organizador

Organizador

Organizador

Organizan:

Facultad de Economía y Empresa

Organizador

2.5.III | PROMOCIÓN ACTIVIDADES /CHARLAS/CONGRESOS (díptico)

Una muestra de cómo se plantearía una programación de un evento en un formato díptico.





Todo lo que necesitas saber
para comenzar tu futuro laboral

PROGRAMA

DÍA Y HORARIO

10:00 - Inauguración
Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

10:30 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

12:00 - Pausa.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

13:30-15:00 - Pausa comida.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

15:00 - Taller: NOMBRE DEL TALLER.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

10:30 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

11:30-12:00 - Pausa.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

12:00 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

13:30-15:00 - Pausa comida.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

15:00 - Taller: NOMBRE DEL TALLER.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

10:30 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

11:30-12:00 - Pausa.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

12:00 - Ponencia: NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente, cargo e institución a la que pertenece.

12:00 - Acto de clausura.

II JORNADAS DE INFORMACIÓN
PARA EL ALUMNADO

**Becas
y prácticas
en empresas
europeas**

Del 9 al
Salí

2.5.III | PROMOCIÓN ACTIVIDADES /CHARLAS/CONGRESOS (tríptico)

Para programaciones más extensas, se recomienda el formato tríptico. Un ejemplo.



Todo lo que necesitas saber para comenzar tu futuro laboral

Organiza:
Facultad de
Economía y Empresa

Organizador Organizador Organizador Organizador



FACULTADECONOMIAYEMPRESA.USALE.S

II JORNADA DE INFORMACIÓN
PARA EL ALUMNADO

Becas y prácticas en empresas europeas

Del 9 al 11/12/2020
Salón de actos

PROGRAMA

DÍA Y HORARIO

10:00 - Inauguración

10:30 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

11:30-12:00 - Pausa.

12:00 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

13:30-15:00 - Pausa comida.

15:00 - Taller:
NOMBRE DEL TALLER.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

10:30 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

11:30-12:00 - Pausa.

12:00 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

13:30-15:00 - Pausa comida.

15:00 - Taller:
NOMBRE DEL TALLER.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

DÍA Y HORARIO

10:30 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

11:30-12:00 - Pausa.

12:00 - Ponencia:
NOMBRE DE LA PONENCIA.
Nombre y Apellidos del ponente,
cargo e institución a la que pertenece.

12:00 - Acto de clausura.



2.6 | Señalética

(exterior, interior y promocional)

Unas instalaciones bien señalizadas para que los usuarios puedan moverse con facilidad es fundamental para un uso correcto de las mismas.

En este apartado se desarrollan ejemplos de cómo podrían señalizarse los campus, centros, edificios y servicios para que su personal y alumnado pueda desplazarse entre sus aulas sin vacilación.

2.6.I SEÑALÉTICA EXTERIOR	
Pointer campus y valla de ubicación	241
Muppis con ubicaciones	243
Lonas promocionales en fachada	244
Placa exterior facultad/servicio	247
2.6.II SEÑALÉTICA INTERIOR	
Ubicaciones	249
Placas espacios	253
2.6.III SEÑALÉTICA PROMOCIONAL/EVENTOS	
Photocall	266
Stand	267
Atril	268
Identificador mesa	270

Se ofrece el servicio de estudio y diseño de cada situación de cada centro o servicio si deciden aplicar los materiales aquí descritos. Contactar con el email o extensión de la penúltima página de este documento.

** El Servicio de Producción e Innovación Digital realizará los archivos finales necesarios para la producción de dichos materiales.*

No gestionará ni asumirá los trámites necesarios con imprenta, presupuestos, costes de producción, entregas o recogidas que supongan la realización de los mismos.

2.6.I | SEÑALÉTICA EXTERIOR (pointer campus y valla de ubicación)

Con una buena señalización externa en el campus universitario ayudaremos a los futuros alumnos a moverse durante los primeros meses en un entorno nuevo para ellos.

Aquí se muestra un ejemplo de totem con un mapa y la ubicación de las Facultades y Escuelas Superiores y edificios de interés para el alumnado.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Campus Miguel de Unamuno



- ① Facultad de Biología
- ② Facultad de Ciencias Sociales
Facultad de Economía y Empresa
Facultad de Filosofía
- ③ Facultad de Derecho
- ④ Facultad de Enfermería y Fisioterapia
- ⑤ Facultad de Farmacia
- ⑥ Edificio FES
- ⑦ Edificio FES
- ⑧ Facultad de Medicina

- Ⓐ Biblioteca Francisco de Vitoria
- Ⓑ Casa del Estudiante
- Ⓒ Centro de Investigación del Cáncer
- Ⓓ Clínica Odontológica
- Ⓔ Colegio Mayor de Cuenca
- Ⓕ Colegio Mayor San Bartolomé
- Ⓖ Colegio Mayor de Oviedo
- Ⓗ Edificio Discórides
- Ⓘ Polideportivo Miguel de Unamuno

2.6.1 | SEÑALÉTICA EXTERIOR (muppis con ubicaciones)

Ejemplo de aplicación de la imagen institucional para la colocación de Muppis en los campus universitarios, donde señalar los edificios de la Universidad de Salamanca y guiar al usuario en la dirección correcta.



2.6.1 | SEÑALÉTICA EXTERIOR (lonas promocionales)

Se contempla la opción de que las Facultades, Escuelas o Servicios puedan promocionar sus aniversarios, eventos, nuevos estudios, etc.

A continuación se muestran varios ejemplos relacionados con:

- Aniversario del centro.
- Promoción del propio centro.
- Promoción de los estudios que se ofertan.



VNIVERSIDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa



**JUN
TOS**

hacemos
Facultad





VNIVERSIDAD B SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa



Grado en
**Administración
y Dirección de Empresas**

FACULTADECONOMIAYESPRESA.USALES



VNIVERSIDAD B SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa



Grado en
Economía



FACULTADECONOMIAYESPRESA.USALES



VNIVERSIDAD B SALAMANCA
Facultad de
Economía y Empresa



Grado en
**Gestión de Pequeñas
y Medianas Empresas**

FACULTADECONOMIAYESPRESA.USALES



2.6.1 | SEÑALÉTICA EXTERIOR (placa facultad o servicio)

Se recomienda una identificación visible, clara y sencilla de los edificios de los campus universitarios.

Tres ejemplos:

- Un mismo edificio alberga varias Facultades o Escuelas Superiores.
- Un edificio alberga sólo una Facultad.
- El acceso a un Servicio Universitario.

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Edificio FES

Facultad de **Ciencias Sociales**

Facultad de **Economía y Empresa**

Facultad de **Filosofía**

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de

Economía y Empresa

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Servicio de **Producción e Innovación Digital**

HORARIO DE ATENCIÓN

De lunes a viernes, de 9:00 a 14:00 horas

IN.USAL.ES

2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (ubicaciones espacios interiores)

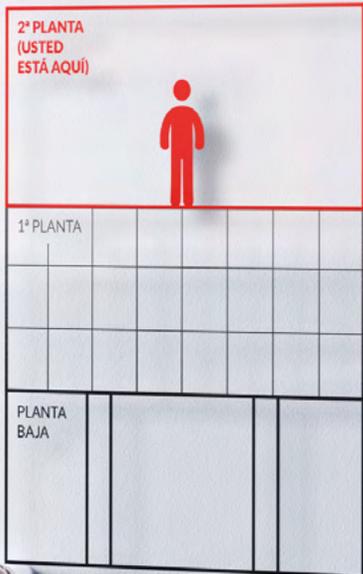
Ejemplo de diseño de señalética para ubicaciones en los interiores, por ejemplo en el hall de un edificio, donde se unan varias escaleras, etc. Logaremos que el usuario identifique rápidamente hacia dónde debe desplazarse.







VNIVERSIDAD D SALAMANCA
Edificio FES



- ← Aula 2.1
- ← Aula 2.2
- Aula 2.3 →
- ← Aula 2.4

Laboratorios



Despacho
A3 →

- ← ascensor
- ← escaleras



**Biblioteca
Francisco Vitoria**

1ª planta

2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas de espacios - aulas)

Las Facultades o Escuelas son edificios con muchas aulas que se utilizan por más de un grupo de alumnos.

Se propone una señalización interna sencilla y elegante, pero a la vez muy útil, por la cantidad y claridad de contenidos que muestra:

- Una identificación del edificio al que corresponde. En tono gris para que quede relegado a un segundo plano. Es imprescindible mencionarlo, sobre todo, para servir de ayuda a la nueva comunidad universitaria o público visitante.
- Un texto en el que se aclare qué tipo de estancia es: aula, biblioteca, despacho, etc.
- Identificación concreta de la estancia:
 - Nombre, letra o número si es un aula o despacho.
 - Para instalaciones de uso general, como por ejemplo, bibliotecas, se presenta un icono aclaratorio e identificativo más el nombre propio que le corresponda.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas de espacios - biblioteca)

La mayor parte de las bibliotecas de las Facultades o Escuelas tiene un nombre conmemorativo de algún personaje ilustre.

Al tratarse de una instalación genérica, que pueden usarla tanto personas habituales del edificio como externos, se ha personalizado aún más la señalética con la inclusión de un icono alusivo al tipo de estancia que es. Así, cualquier usuario puede entender que las placas que tienen iconos, son diferentes a las aulas y puede tratarse de lo que está buscando.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - aula informática)

Ejemplo de aplicación para señalética interior de un aula de informática.

Al igual que en el caso de las Bibliotecas, se desarrolla un icono que conceptualice el tipo de aula.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas despacios - conserjería)

En el caso de la Conserjería de la Facultad, Escuela o Servicio Universitario, se indicaría que pertenece a la administración del edificio.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - secretaría)

Lo mismo sucedería en el caso de la Secretaría.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - decanato)

Muestra de cómo se señalaría el Decanato de la Facultad y Escuela o Dirección del Servicio Universitario.



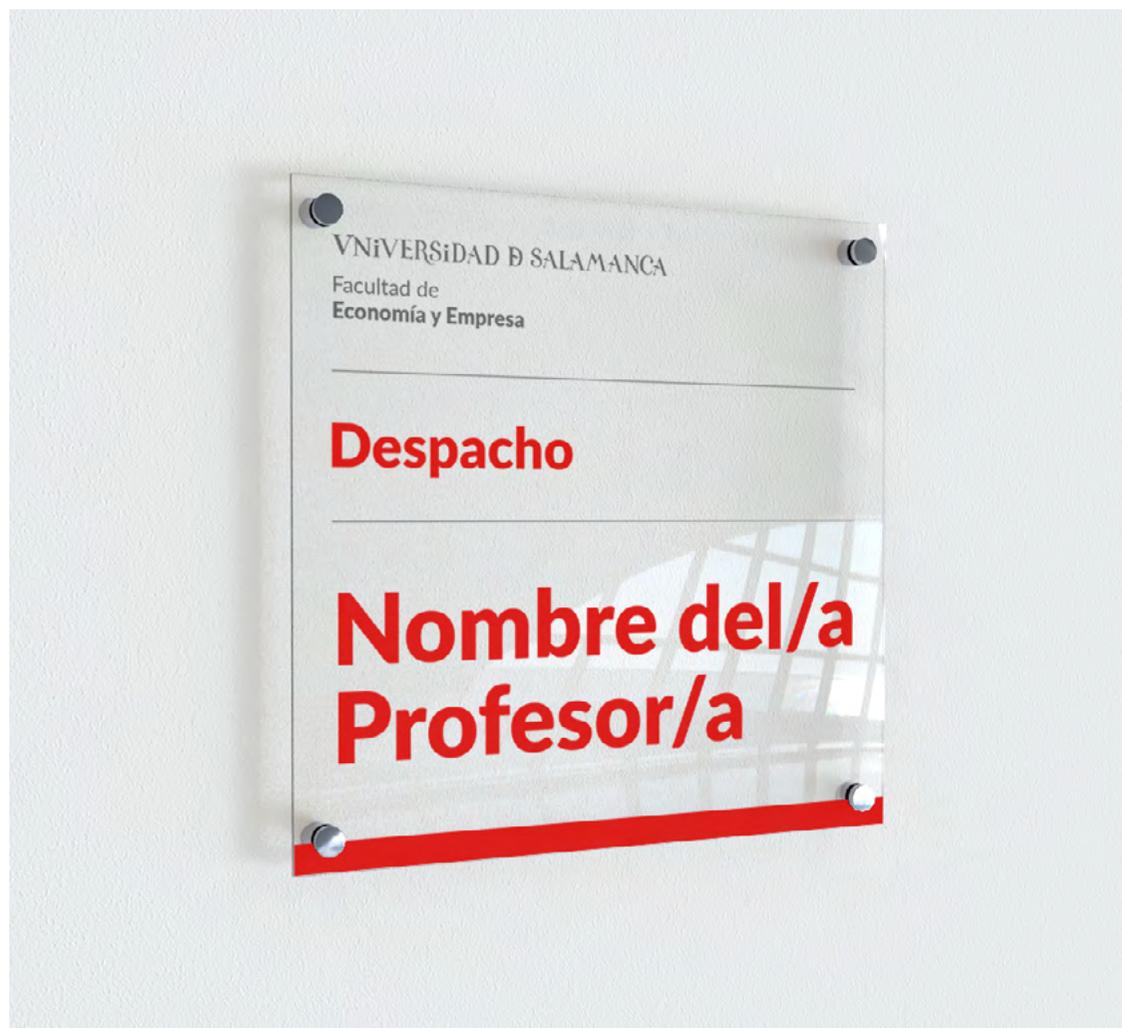
2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - departamento)

En el caso de los despachos de los Departamentos de la Facultad o Escuela, indicaríamos que la estancia es un departamento y el nombre completo del mismo.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - despacho)

Lo mismo sucedería con el despacho de uno o varios profesores o técnicos de un servicio.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - baños)

En el caso de baños o instalaciones de uso común y habitual por cualquier tipo de visitante, la señalética se universaliza eliminando cualquier referencia textual y conceptualizando el mensaje en iconos universalmente reconocibles.

En el caso de los baños, dependiendo del tipo de instalaciones con las que cuente la Facultad o Escuela Superior, señalizaremos con las siglas WC, más el icono de un hombre, una mujer o ambos según el caso.



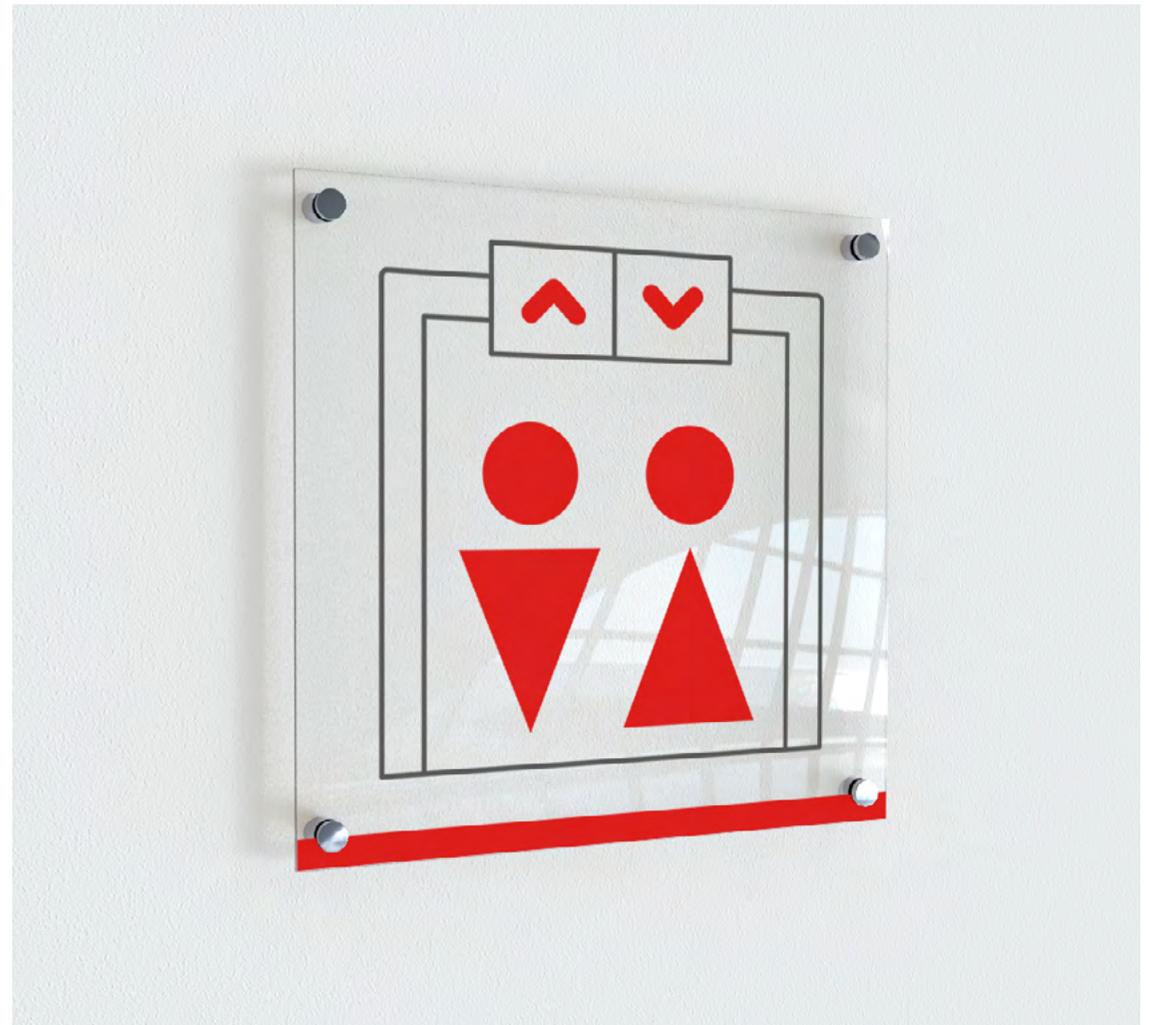
2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - escaleras)

Un ejemplo de cómo señalar unas escaleras.
Dependiendo de su uso, sean de subida, de bajada
o ambas, se personalizará la placa.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - ascensor)

Lo mismo ocurre con el caso de los ascensores.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - fotocopiadora)

Ejemplo de diseño de placas de espacios interiores.
En este caso, para la localización de la fotocopiadora.



2.6.II | SEÑALÉTICA INTERIOR (placas espacios - cafetería)

Muchos edificios universitarios cuentan en sus espacios con una cafetería. Un ejemplo de cómo señalizarla.

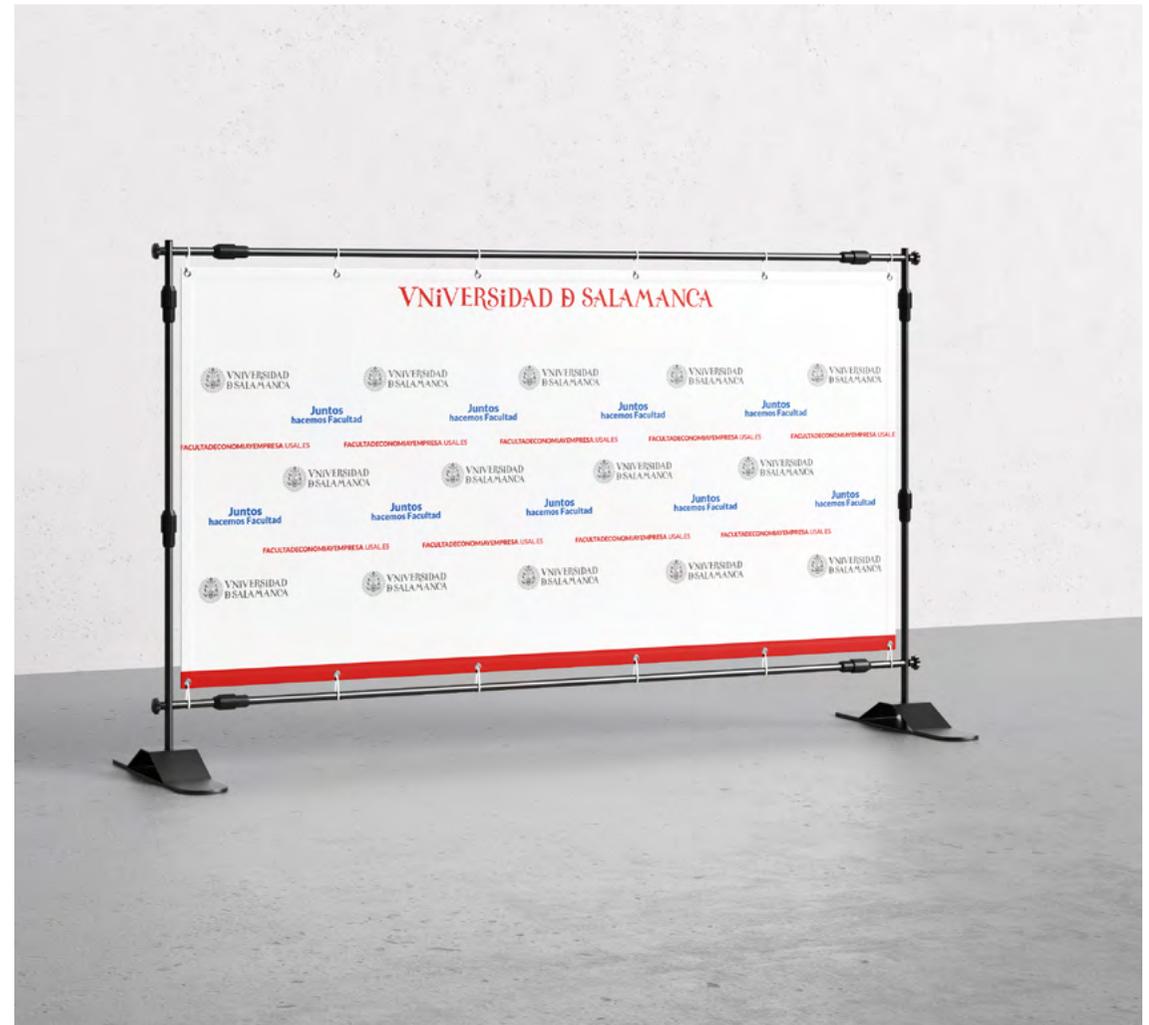


2.6.III | SEÑALÉTICA PROMOCIONAL (photocall)

Un photocall siempre es un buen elemento de promoción gracias al uso que se le da. Los asistentes a las actividades organizadas por una Facultad o Escuela podrán hacerse fotos con los ponentes, compañeros y demás personal. En todas ellas, como fondo, quedará siempre visible la imagen gráfica de ese centro.

Dicho photocall puede realizarse de manera general para el centro, pudiendo ser reutilizado en más eventos o incluso en las propias instalaciones del centro en jornadas como Puertas Abiertas, EBAU, etc; o realizarse como elemento promocional propio del evento.

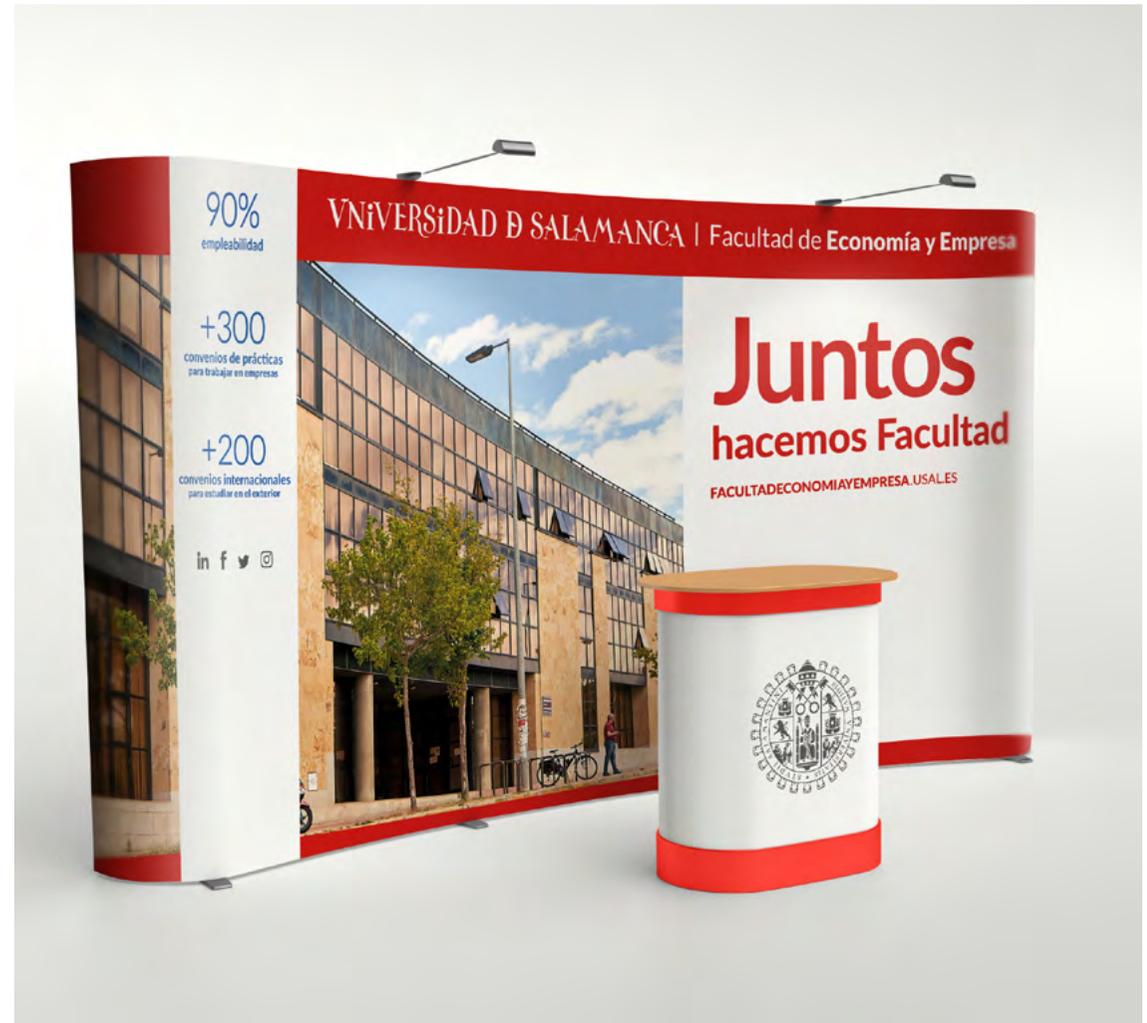
Aquí se muestra un ejemplo de cómo podría ser un photocall de una Facultad o Escuela.



2.6.III | SEÑALÉTICA PROMOCIONAL (stand)

Al igual que en el caso anterior, dentro de un evento puede instalarse un stand promocional del centro o centros organizadores o más personalizado y propio del evento concreto.

Aquí se muestra un ejemplo de cómo podría ser un stand genérico de una Facultad, Escuela o Servicio para su uso en eventos propios o en ferias o encuentros externos a los que acuda.



2.6.III | SEÑALÉTICA PROMOCIONAL (atriles)

Todos los edificios de la Universidad de Salamanca, principalmente las facultades o Escuelas, cuentan con un salón de actos donde organizan diferentes eventos.

La aplicación de la línea gráfica de la USAL puede aplicarse a elementos como los atriles donde se colocan los ponentes de los eventos (ejemplo aquí mostrado) o en atriles más promocionales de un evento concreto (ver la página siguiente) donde cumplimos dos funciones: señalar el lugar de celebración del evento y a su vez, un expositor donde puedan colocarse materiales de difusión como el programa.



VNiVERSIDAD D SALAMANCA

Facultad de
Economía y Empresa

II JORNADAS DE INFORMACIÓN PARA EL ALUMNADO

Becas y prácticas en empresas europeas

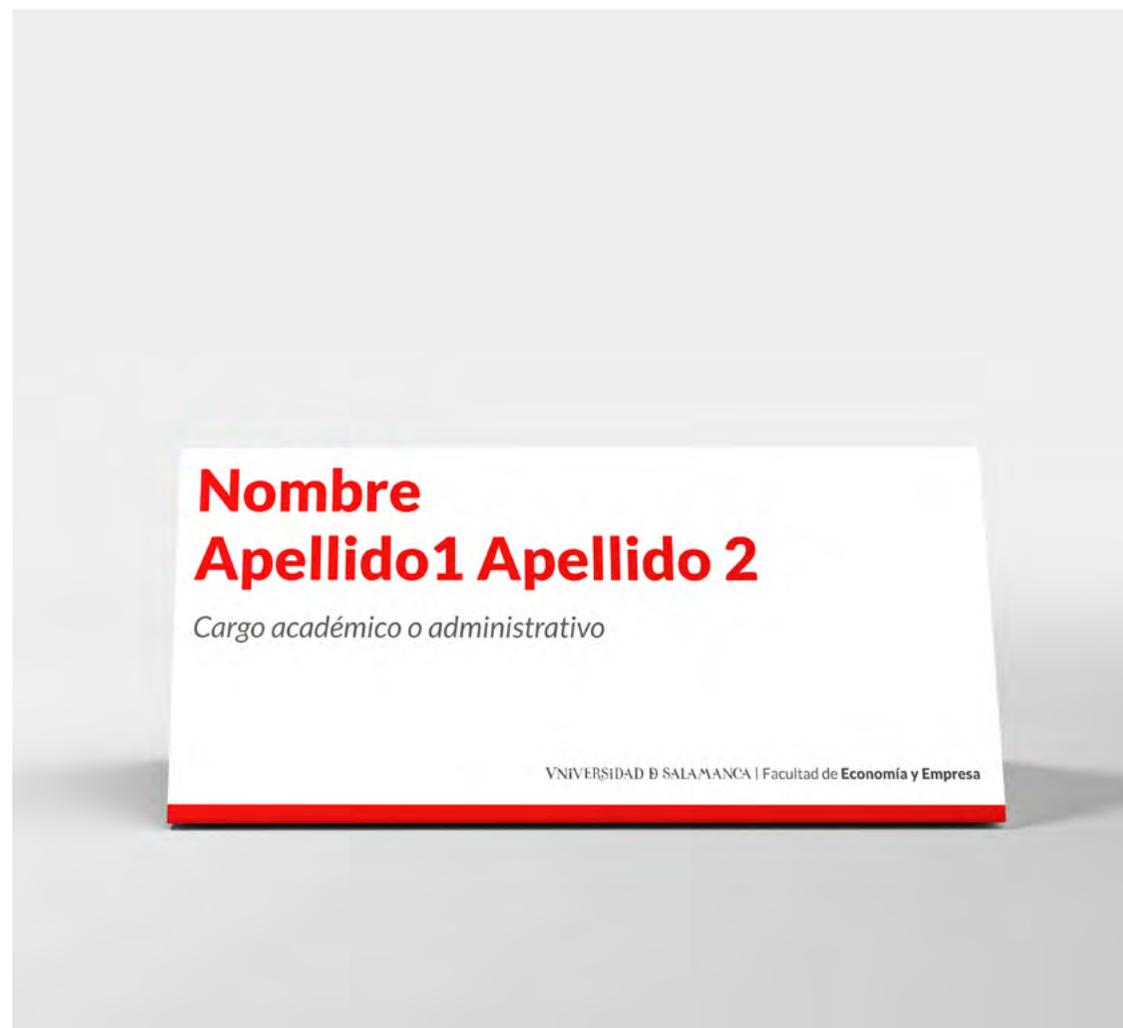
*Todo lo que necesitas saber
para comenzar tu futuro laboral*

Del 9 al 11/12/2020
Salón de actos



2.6.III | SEÑALÉTICA PROMOCIONAL (identificador mesa)

En otras ocasiones, los ponentes o conferenciantes se disponen en torno a una mesa, con un identificador de su persona. Aquí se muestra un ejemplo de cómo aplicar la línea gráfica institucional a ese tipo de elementos.



Dudas y consultas

En caso de duda sobre la normativa gráfica desarrollada en este documento o ante casos excepcionales de aplicación de las marcas aquí tratadas o de su aplicación por parte de terceros, etc., por favor, contacte con el Servicio de Producción e Innovación Digital.

IDENTIDADCORPORATIVA.USAL.ES

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Servicio de **Producción** e **Innovación Digital**

Edificio I+D+i

Calle Espejo 12. 37007, Salamanca.

IN.USAL.ES

GABINETE GRÁFICO

+34 923 294 500 Ext: 3281

MARKETING DIGITAL

+34 923 294 500 Ext: 3286



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

Manual Institucional de Identidad Corporativa
Universidad de Salamanca

2021