

UWOLNIJ UMYSŁ



Podstawowe zasady stosowania Identyfikacji Wizualnej UŁ



UNIwersYTET
ŁÓDZKI

➔ www.materialy.uni.lodz.pl

PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ UKŁAD TREŚCI (1/2)

4 podstawowe elementy składowe:

CLAIM (HASŁO)

lewy górny róg kompozycji

Hasło **UWOLNIJ UMYSŁ** (wersja angielska: **FREE YOUR MIND**) musi być zapisane wersalikami (wielkimi literami). W wypadku, gdy hasło nie pasuje do charakteru wydarzenia, **NIE UMIESZCZAMY GO.**

STRZAŁKA

prawy górny róg kompozycji

Strzałka zawsze musi być zwrócona w **prawą stronę ku górze**. W każdym projekcie element ten powinien być użyty **tylko raz**. Jego kolor powinien być zgodny z **kolorem przypisanym danej jednostce** (lub biały).

LOGO

lewy dolny róg kompozycji

Logo danej jednostki **w wersji podstawowej** (pionowej). Od momentu wprowadzenia jednego logotypu **nie używa się logotypu UŁ wraz z logo wydziału**. Należy zdecydować się na **jedno z nich**.

ADRES STRONY

prawy dolny róg kompozycji

Strona wydarzenia lub jednostki poprzedzona małą strzałką skierowaną w prawo.

PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ UKŁAD TREŚCI (2/2)

UWOLNIJ UMYŚŁ



UNIWERSYTET
ŁÓDZKI

➔ www.uni.lodz.pl

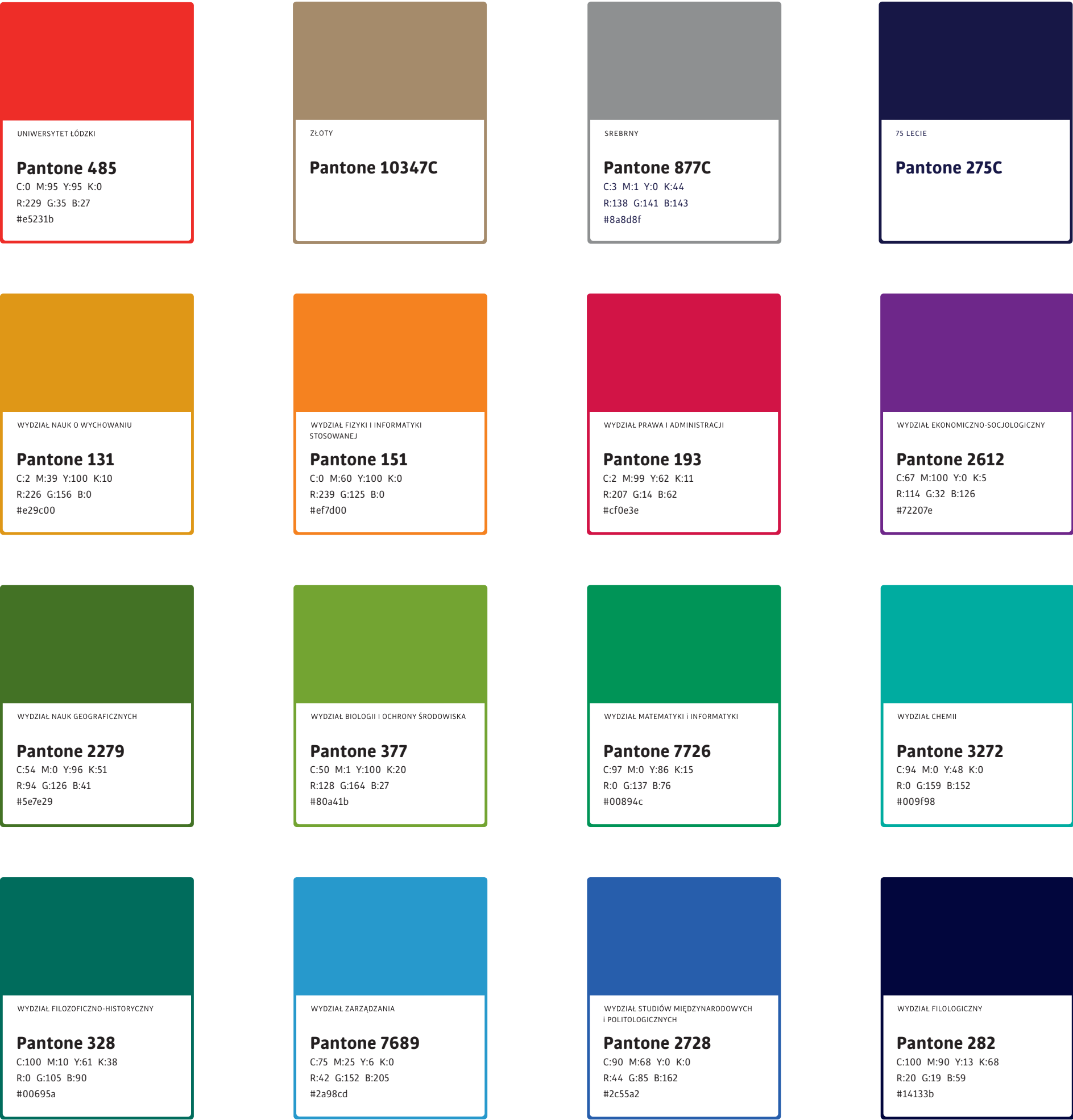
PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ JAKIEGO KOLORU UŻYWAĆ?

W identyfikacji wizualnej określone są konkretne kolory, których należy używać:

- Kolor UŁ - czerwony (dla jednostek centralnych i materiałów o charakterze ogólnouniwersyteckim),
- konkretne kolory przypisane poszczególnym Wydziałom,
- biel,
- czerń,
- szarości.

Dokładny opis kolorów dla każdego z Wydziałów znajduje się na stronie www.materialy.uni.lodz.pl

Dla poszczególnych projektów, wydarzeń i jednostek, po konsultacjach z Centrum Promocji, mogą zostać dobrane kolory spoza określonej w ID palety (przykład: kolorystyka dla materiałów związanych z Jubileuszem 75-lecia Uniwersytetu Łódzkiego oparta jest na kolorze złotym, granatowym i białym).



Oficjalna kolorystyka Uniwersytetu Łódzkiego

PANTONE / CMYK / RGB / HEX

PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ JAK STOSOWAĆ LOGO (1/2)

- **Podstawową**, zalecaną wersją logotypu jest **wersja pionowa**:



- Oznaczenia w układzie poziomym można używać jedynie w wyjątkowych sytuacjach.
- Logotyp znajduje się zazwyczaj w **lewym dolnym rogu kompozycji** (wyjątki stanowią niektóre rodzaje druków).
- Od momentu wprowadzenia jednego logotypu **nie używa się logotypu UŁ wraz z logo wydziału**. Należy zdecydować się na **jedno z nich**.
- W wypadku, gdy wydarzenie zostanie objęte patronatem Rektora Uniwersytetu Łódzkiego zamiast logotypu UŁ stosowane jest specjalne oznaczenie **dostępne na stronie www.uni.lodz.pl** (kliknij)

Dopuszczalne wersje (co wolno):

- **WARIANT PODSTAWOWY** (kolorowy) i **NEGATYWOWY** (biały na kolorowym tle) - wszędzie tam gdzie to możliwe trzeba stosować **kolorową wersję logotypu**. Należy przestrzegać obowiązujących kolorów dla danej jednostki.
- Jeśli technologia druku uniemożliwia zastosowanie znaku w wariancie podstawowym (kolorowym), można stosować logotyp w wariancie **monochromatycznym (czarnym)**. (Np. materiały przeznaczone do kserowania powinny posiadać logo w wariancie czarno-białym).



PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ JAK STOSOWAĆ LOGO (2/2)

NIEdopuszczalne wersje (czego **NIE** wolno):

- Nieproporcjonalnie skalować logotypów (rozciągać);
- Zmieniać wielkości i położenia elementów logotypu;
- Używać kolorowej wersji logotypu na kolorowym tle;
- Używać kolorowej wersji logotypu na kontrastowej fotografii;
- Zmieniać koloru logotypu (lub jego części), niezgodnie z kolorem przypisanym wydziałowi;
- Stosować jednocześnie logotypów danej jednostki oraz UŁ.



PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ PROJEKTY NA SOCIAL MEDIA (facebook)

Na stronie www.materialy.uni.lodz.pl znajdują się zestawy projektów **wraz z szablonami**, dla każdego z Wydziałów, do wykorzystania przy tworzeniu grafiki na potrzeby social media, w tym między innymi:

- post do wykorzystania na fb,
- zdjęcie w tle do wykorzystania na fb (grupa, strona, wydarzenie),
- zdjęcie profilowe do wykorzystania na fb.

Przygotowane szablony w formacie .png pozwalają na samodzielne tworzenie postów przez użytkowników nieposiadających specjalistycznych programów graficznych - wystarczy nałożyć szablon na wybrane zdjęcie i opcjonalnie dodać tekst.

Rozkład elementów jest stały, pomijamy jedynie adres www w dolnym prawnym rogu.

Tekst powinien znaleźć się w wyznaczonym do tego miejscu. **W TYCH PROJEKTACH NIE UMIESZCZAMY TEKSTU NA APLI, NIE ZMIENIAMY TEŻ PROPORCJI POSZCZEGÓLNYCH ELEMENTÓW, W TYM MARGINESÓW.**

PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ PROJEKTY NA SOCIAL MEDIA (facebook) - konstrukcja



PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ APLA I MARGINESY

APLA

Dodatkowo, w niektórych projektach używamy apli, czyli **jednokolorowego prostokąta odpowiednio zaaokrąglonego na rogach**.

Na apli umieszczamy:

- tekst, który nie może znaleźć się na zdjęciu (wyjątek: posty na fb),
- logo,
- adres strony www (wyjątek: posty na fb).

Kolor apli:

- kolor wydziału,
- czerwony „uniwersytecki”
- biały.

Kolor Apli musi być spójny z kolorem dużej strzałki w prawym górnym rogu. **Nie mieszamy kolorów wydziałowych z czerwonym „ogólnouniwersyteckim” - stosujemy wyłącznie jeden z nich.**

.....

MARGINESY

Marginesy we wszystkich projektach są dokładnie określone - należy się do nich ściśle stosować.

Uproszczona zasada doboru szerokości marginesów:

MARGINES = SZEROKOŚĆ RAMIENIA DUŻEJ STRZAŁKI (ZNAJDUJĄCEJ SIĘ W PRAWEJ GÓRNEJ CZĘŚCI KOMPOZYCJI) = SZEROKOŚĆ SYGNETU LOGO.

Zaokrąglenia apli wynikają ze średnicy koła, które możemy wpisać w margines - **APLĘ MOŻNA SKALOWAĆ TYLKO PROPORCJONALNIE. NIE ROZCIĄGAJ APLI!**

PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ APLA I MARGINESY - konstrukcja



PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ NAJCZĘŚCIEJ POPEŁNIANE BŁĘDY - CZEGO NIE WOLNO ROBIĆ

Nie wolno:

- nieproporcjonalnie skalować poszczególnych stałych elementów projektów:
w tym rozciągać strzałki, apli i logotypu,
- zmieniać proporcji marginesów,
- opierać projektów na grafice wektorowej - ikonach,
- samodzielnie tworzyć dodatkowych oznaczeń - np. nowych logotypów,
ikon przypisanych poszczególnym kierunkom, czy inicjatywom,
- dodawać efektów do tekstu: np. outline czy cień,
- środkować tekstu - wszystkie treści powinny być wyrównane do lewej strony,
- umieszczać tekstu na projektach w miejscach, które nie są do tego przeznaczone
np. tekst na apli w poście na fb.

Staramy się nie opierać grafik na tekście. Zgodnie z wytycznymi ID grafiki powinny opierać się na zdjęciach przedstawiających osoby. Wytyczne dotyczące doboru zdjęć znajdują się w osobnym pliku dostępnym na stronie: www.materialy.uni.lodz.pl

UNIwersytet Łódzki

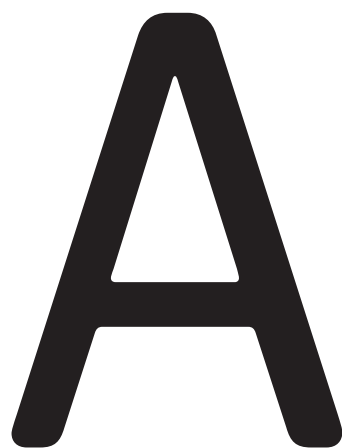


Zapraszamy na nasz profil
na Instagramie!



**„Lepiej nie mówić nic,
niż mówić o niczym”**

PODSTAWOWE ZASADY STOSOWANIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ UŁ JAKIEGO KROJU UŻYWAĆ



Podstawowym fontem przeznaczonym
do składu tekstu w identyfikacji
wizualnej Uniwersytetu Łódzkiego jest
Bulo Rounded Regular



Fontem przeznaczonym do wyróżnień
i tytułów w identyfikacji wizualnej
Uniwersytetu Łódzkiego jest
Bulo Rounded Bold

NIE MASZ BULO ROUNDED? UŻYWAJ CALIBRI.

**Masz jeszcze wątpliwości
dotyczące podstawowych
zasad stosowania
identyfikacji wizualnej UŁ?
Coś jest niejasne?
Potrzebujesz pomocy przy
projekcie?**

Pisz: promocja@uni.lodz.pl

Wszystkie szablony dostępne są na stronie: www.materialy.uni.lodz.pl.
Znajdziesz tam m.in. brandbooki i projekty:

- plakatów,
- grafik na social media,
- rollupów,
- wizytówek,
- prezentacji programu PowerPoint,
- szablonów pism.

Opracownie:

Centrum Promocji UŁ, marzec 2020