



CONCURSO DE MARCA "Reinventando la imagen corporativa de la Facultad de Comercio y Gestión"

La Facultad de Comercio y Gestión convoca un concurso para el diseño de su marca gráfica (logotipo) como parte de su Programa de Actividades previsto para la XI Semana Cultural.

BASES

1. Objeto.

El concurso para el diseño del logotipo, bajo el lema "Reinventando la imagen corporativa de la Facultad de Comercio y Gestión" tiene como objetivos:

- Actualizar la imagen corporativa de la Facultad de Comercio y Gestión.
- Acercar la Facultad de Comercio y Gestión a las instituciones, empresas, y entorno social, económico y laboral de Málaga y Provincia.
- Mostrar los valores de la Facultad de Comercio y Gestión.
- Fomentar la creatividad en el ámbito de la Facultad de Comercio y Gestión.
- Estrechar vínculos con antiguos alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión.

Para participar, los concursantes deberán presentar un proyecto de identidad visual de la facultad, basada en un "logotipo", bajo cualquiera de sus formatos o variantes (isotipo, logotipo, imagotipo o isologo), teniendo en cuenta los colores corporativos tanto del centro como de la Universidad y que sea representativo, de forma global, de las titulaciones impartidas en el centro.

2. Participantes.

Podrán participar en este concurso quienes pertenezcan a cualquiera de los siguientes colectivos, tanto a nivel individual como colectivo:

- Alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión.
- Egresados de la Facultad de Comercio y Gestión.
- Personal de Administración y Servicio de la Facultad de Comercio y Gestión.
- Personal Docente e Investigador con docencia en la Facultad de Comercio y Gestión.
- Equipos de trabajo formados ad-hoc para este concurso, siempre que estén formados únicamente por miembros de los colectivos anteriores.
- Empresas en las que participen cualquier miembro de los colectivos anteriores, ya sea con vinculación laboral o societaria.

Ningún miembro del Jurado y/o del equipo decanal podrá participar en el concurso.

3. Requisitos.

Los concursantes podrán enviar sus propuestas, que deberán ser originales y no haber resultado premiadas en otros concursos o exposiciones.

Dichas propuestas deben constar, al menos, de lo siguiente:

- Explicación del concepto y significado de los componentes de la marca.
- Composición del logotipo sobre retícula.
- Tamaños mínimos.
- Colores corporativos.
- Tipografías.
- Versiones del logotipo.
- Papelería y aplicaciones corporativas.



El decanato de la Facultad de Comercio y Gestión garantiza el anonimato de los concursantes ante el jurado. Por esta razón, las propuestas no podrán contener ningún elemento que pudiera servir de identificación de su autor.

4. Identificación.

Para poder participar, los autores deberán enviar sus propuestas a la dirección de email: decanatocomercio@uma.es

En el asunto de dicho email, deberá especificarse: CONCURSO MARCA.

En el cuerpo del correo deberán aparecer los siguientes datos:

- Título de la propuesta.
- Nombre/s, apellidos y DNI/s de los concursantes. En caso de empresa, razón social y CIF.
- Datos de contacto: teléfono y correo electrónico; en caso de equipos de trabajo o empresas, identificación de la persona de contacto.
- Colectivo de la Facultad de Comercio y Gestión al que pertenece/n. En caso de equipos de trabajo o empresas, identificación de la/s persona/s vinculada/s a la facultad y colectivo al que pertenece/n.

Las propuestas deberán enviarse adjuntas al correo electrónico. Si el peso de los archivos así lo requiere, se podrán enviar utilizando algún sistema de transferencia de archivos, como WeTransfer (www.wetransfer.com) o similar, en cuyo caso se suministrará el enlace de descarga en el cuerpo del correo.

El decanato garantizará el anonimato en el desarrollo del concurso, por lo que el jurado no tendrá acceso a la información suministrada.

5. Plazo de admisión.

Las propuestas se podrán presentar hasta el 15 de noviembre de 2021 a las 23:59 horas.

6. Exposición.

La Facultad se reserva el derecho de exponer los trabajos presentados que considere en paneles habilitados para tal fin durante el transcurso de la Semana Cultural.

7. Composición del jurado.

El Jurado del Concurso estará presidido por el Decano de la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga, y 6 vocales designados por él, 4 de ellos miembros de la Universidad de Málaga, que comprendan, en la medida de lo posible, un representante de cada uno de los siguientes colectivos: equipo decanal, alumnos, egresados y PDI, y el resto estará formado por profesionales externos expertos en la materia. En caso de no disponer de candidaturas al jurado de alguno de estos colectivos, podrá sustituirse por un representante de cualquiera de los otros colectivos universitarios previstos en estas bases, cuya elección quedará a discreción del decano.

La composición definitiva del Jurado se hará pública a través de la web de la facultad una vez finalizado el plazo de presentación de propuestas.



8. Fallo del jurado y entrega de premios.

El jurado otorgará un premio de 500 euros a la mejor propuesta. El fallo del jurado, que será inapelable, y la entrega del premio tendrán lugar en acto público que se celebrará en la Facultad de Comercio y Gestión como parte del programa previsto para la XI Semana Cultural. A través de los canales habituales (redes sociales, página web y pantallas informativas) se informará de las dependencias, fecha y hora en las que se celebrará este acto.

9. Aceptación de las bases y reservas de derechos.

Todas las propuestas presentadas a concurso quedarán a disposición de la Facultad, que se reserva todos los derechos de exposición y reproducción.

La propuesta ganadora podrá ser utilizada, en caso que se considere oportuno, como imagen corporativa de la Facultad de Comercio y Gestión, que se reserva todos los derechos sobre la misma.

La participación en este concurso supone la aceptación de todas sus bases.

Cualquier caso no previsto en las presentes bases será resuelto por el jurado.