



**Manual de Normas de
Identidad Visual de la
Universidad de Málaga**
Actualización de la identidad



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

| uma.es

1.INTRODUCCIÓN



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

En este manual se recogen las normas actualizadas de la identidad visual corporativa de la Universidad de Málaga así como los diferentes usos y ámbitos de aplicación de la marca oficial y demás elementos de la imagen de la UMA.

2. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD

2.1. Marca Universidad de Málaga

Escudo



Logotipo

UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

La marca oficial de la UMA será la marca Universidad de Málaga compuesta por el escudo de la universidad y el logotipo UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.

2. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD

2.2. uma.es



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

| **uma.es**

Se añade como aportación a la imagen y a la marca **UNIVERSIDAD DE MÁLAGA** un elemento secundario de identidad, la gráfica **uma.es**,

El objetivo es enriquecer y actualizar la imagen de la UMA. Ambas pueden ser usadas conjuntamente en soportes digitales (nueva web, app de la UMA).

Este recurso tipográfico es creación y propiedad de la UMA y uso ha de regirse por las directrices que se especifican en este manual.

La marca **uma.es** no sustituirá a la marca principal salvo en aquellos casos que por naturaleza del soporte no sea viable su aplicación (superficies pequeñas o de difícil personalización).

2. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD

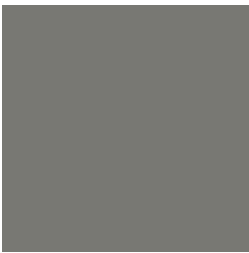
2.3. Colores corporativos



PANTONE 648 C



PANTONE COOL GRAY 8



PANTONE COOL GRAY 10



PANTONE 3125 C

A los colores corporativos que se incluían en el anterior manual se añade el **PANTONE 3125** presente en la gráfica “uma.es”.

2. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD

2.4. Tipografía

Arial Narrow

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Black

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



La tipografía oficial de la UMA es la Arial en sus variaciones: Regular, Narrow y Black.

Además la UMA contará con una tipografía de creación propia que está en desarrollo y que se podrá utilizar como recurso creativo.

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

3.1. Usos de la Marca Universidad de Málaga



La marca Universidad de Málaga amplia su ámbito de aplicación a todo el espectro de la identidad visual (documentación oficial, publicidad, cartelería, merchandising...)

Los artículos promocionales (merchandising) serán adquiridos en la TIENDA UMA ya que están sujetos a el pago de un canon previamente acordado con VEGAP entidad gestora de los derechos de explotación de la imagen “La Paloma” incluida en el escudo de la UMA.