



UNIWERSYTET OPOLSKI

IDENTYFIKACJA WIZUALNA

SPIS TREŚCI

Logo Uniwersytetu Opolskiego	03
Dopuszczalne wersje znaku	05
Kolorystyka znaku	07
Zasady używania logo Uniwersytetu Opolskiego	08
Kolorystyka Uniwersytetu Opolskiego	09
Krój pisma Uniwersytetu Opolskiego	10
Przykłady zastosowania logo Uniwersytetu Opolskiego	11
• Papier firmowy, blankiet faksu	12
• Koperty	14
• Wizytówki	16
• Identyfikatory	18
• Kolejność danych adresowych	19
• Teczka firmowa	20
• Teczka okolicznościowa	21
• Publikacje informacyjne i promocyjne	22
• Informator Uniwersytetu Opolskiego	24
• System komunikacji wewnątrz i na zewnątrz budynków (tablice informacyjne, szyldy)	26
• Strony internetowe	29
• Szablony prezentacji ppt	30
 Logo promocyjne Uniwersytetu Opolskiego	 31
Dopuszczalne wersje logo promocyjnego Uniwersytetu Opolskiego	33
Zasady używania logo promocyjnego Uniwersytetu Opolskiego	34
Przykłady zastosowania logo promocyjnego Uniwersytetu Opolskiego	35
• Segregator	36
• Kubki reklamowe	38
• „Gadżety” ekologiczne (koszulki, torby)	39
 Sposób organizacji przestrzeni stoisk targowych i prezentacji konferencyjnych	 41
Reklamy i ogłoszenia prasowe	42

Identyfikacja wizualna Uniwersytetu Opolskiego opisuje i określa zasady używania logo UO, logo promocyjnego UO, kolorystyki, kroju pisma, identyfikacji wewnętrznej i zewnętrznej UO. Ma pomóc użytkownikom w poprawnym ich użyciu i powielaniu. Nie wyczerpuje wszystkich możliwości, określa standardy i zawiera klarowne wskazówki dotyczące sposobów ich zastosowania innych od standardowych.

Logo Uniwersytetu Opolskiego

Logo Uniwersytetu Opolskiego



Logo UO składa się z dwóch elementów: graficznego i tekstowego.

Element graficzny zawiera herb miasta Opola (pół orła i pół krzyża). Orzeł trzyma dwa berła jako symbol połączenia dwóch uczelni (Wyższej Szkoły Pedagogicznej i Instytutu Teologiczno-Pastoralnego), z których powstał Uniwersytet Opolski.

Element tekstowy zawiera napis: Uniwersytet Opolski, Universitas Opoliensis, wpisany w okrąg.

Logo Uniwersytetu Opolskiego

Dopuszczalne wersje znaku

Wersja podstawowa



Wersja „light”



Wersja podstawowa z nazwą polską



Wersja „light” z nazwą polską



Wersja podstawowa z nazwą łacińską



Wersja „light” z nazwą łacińską



Logo UO może występować w wersji podstawowej lub dodatkowo z nazwą uniwersytetu.

Dopuszcza się używanie logo UO z nazwą łacińską w drukach i publikacjach okolicznościowych oraz zagranicznych.

Zaleca się stosowanie wersji „light” w znakach mniejszych niż 25 mm.

Minimalna wielkość znaku:

15 mm



45 mm



Logo Uniwersytetu Opolskiego

Dopuszczalne wersje znaku w kontrze

Wersja podstawowa



Wersja „light”



Wersja podstawowa z nazwą polską



UNIwersytet
Opolski

Wersja „light” z nazwą polską



Wersja podstawowa z nazwą łacińską



UNIVERSITAS
Opoliensis

Wersja „light” z nazwą łacińską



Logo Uniwersytetu Opolskiego

Kolorystyka znaku

K 100

K 0

Pantone 653
C 80 M 60 Y 0 K 20



UNIwersYTET
OPOLSKI



UNIwersYTET
OPOLSKI



UNIwersYTET
OPOLSKI



UNIwersYTET
OPOLSKI

Podstawowa kolorystyka logo UO to czarny (K 100%) lub niebieski (C 80%, M 60%, Y 0%, K 20%; Pantone 653) znak na białym tle.

Jeżeli projekt graficzny to uzasadnia, dopuszcza się użycie innego koloru zarówno znaku, jak i tła. Zaleca się korzystanie z opracowanej kolorystyki UO dostępnej na stronie 9.

Zasady używania logo Uniwersytetu Opolskiego

Używanie logo przez jednostki uniwersytetu

Jednostki uniwersytetu mają obowiązek używania logo w drukach akcydensowych, materiałach informacyjnych i promocyjnych, wydawnictwach uniwersytetu. Dotyczy on powielania znaku na papierze firmowym, kopertach, wizytówkach itp., jak również na potrzeby akcji informacyjnych i promocyjnych, takich jak festiwale nauki, dni otwarte, konferencje itp., a także zamieszczenia na stronach www.

Samorząd Studencki, organizacje studenckie oraz studenckie koła naukowe mają prawo korzystać z logo Uniwersytetu Opolskiego za zgodą Biura Promocji i Informacji UO.

Używanie logo przez strony trzecie

Logo można użytkować tylko w powiązaniu z działaniami, które są zgodne z celami Uniwersytetu Opolskiego.

Używanie logo przez strony trzecie wymaga uzyskania zezwolenia.

Jednostki uniwersytetu odpowiadają za to, aby ich partnerzy używali logo zgodnie z założeniami Biura Promocji i Informacji UO.

Pliki do pobrania

Logo UO dostępne na stronie <http://www.promocja.uni.opole.pl/identyfikacja/>

Wersje do druku: EPS, AI

Wersja do edytorów tekstu i Internetu: JPG, GIF

W celu uzyskania zezwolenia na wykorzystanie logo prosimy o kontakt:

Biuro Promocji i Informacji UO

Collegium Civitas, p. 10,

ul. Katowicka 89, 45–061 Opole

tel. + 48 77 452 74 58, wewnętrzny 74 58

(tylko w sieci UO)

promocja@uni.opole.pl

gadu-gadu: 771623

Kolorystyka Uniwersytetu Opolskiego

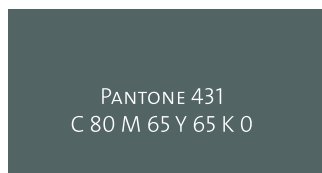
Kolory podstawowe:



Kolory podstawowe UO – niebieski i żółty – nawiązują do kolorów miasta Opola.

Paleta barw uzupełniających została opracowana na potrzeby publikacji oraz akcji informacyjnych i promocyjnych, indywidualizacji stron internetowych poszczególnych jednostek itp.

Kolory uzupełniające:



Krój pisma Uniwersytetu Opolskiego

FRUTIGER

Light	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Light Italic	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</i> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Roman	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Bold	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

FRUTIGER (skalowanie horyzontalne max. 95%)

Light	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Light Italic	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</i> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Roman	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Bold	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Skalowanie horyzontalne	
100%	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
95%	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789
100%	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
95%	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

W identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Opolskiego jako podstawową zastosowano krój pisma **Frutiger** i jego odmiany.

Podstawową czcionką zastosowaną w publikacjach informacyjnych i promocyjnych powinna być Frutiger Light lub Roman, łącznie z Frutiger Bold lub Extra Bold (Black) użytych w nagłówkach lub wyróżnieniach. Tekst główny powinien być złożony czcionką Frutiger Light. Wersja *italic* (kursywa) może być użyta do wyróżnień w tekście głównym, nie powinna natomiast być wykorzystana w tytułach i nagłówkach. Preferowany styl pisma to wyrównanie do lewego marginesu.

W wyjątkowych sytuacjach, jeżeli niemożliwe jest wykorzystanie kroju Frutiger (w publikacjach internetowych, w przygotowywaniu treści pism, faksów i innych publikacji), alternatywnie do fontu Frutiger może być użyty Trebuchet, Verdana, Helvetica lub Arial.

Przykłady zastosowania logo Uniwersytetu Opolskiego

Papier firmowy, blankiet faksu
(format A4)

TYPOGRAFIA:

Jednostka:

Frutiger-Roman 9 pkt, interlinia auto

Dane adresowe:

Frutiger-Light 9 pkt, interlinia auto

mm	24	72	18	5	24
20					20
23			UNIwersytet Opolski	REKTORAT Collegium Maius, pl. M. Kopernika 11, 45-040 Opole tel. +48 77 541 59 03 (04, 05) fax +48 77 541 59 00 rektorat@uni.opole.pl, www.uni.opole.pl	
75					

[illegible]

Koperty

Formaty:

C6 – (114 x 162 mm)

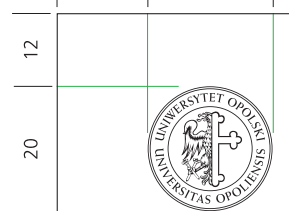
C6/5 – (114 x 229 mm)

DL – (220 x 110 mm)

C5 – (162 x 229 mm)

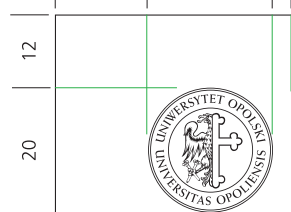
B5 – (176 x 250 mm)

mm	15	20	3
----	----	----	---



Uniwersytet Opolski
pl. M. Kopernika 11
45-040 Opole
www.uni.opole.pl

mm	15	20	3
----	----	----	---



Uniwersytet Opolski
pl. M. Kopernika 11
45-040 Opole
www.uni.opole.pl

TYPOGRAFIA:

Dane adresowe:

Frutiger-Light 8 pkt, interlinia auto

Wyróżnienia: Frutiger-Roman

Koperty

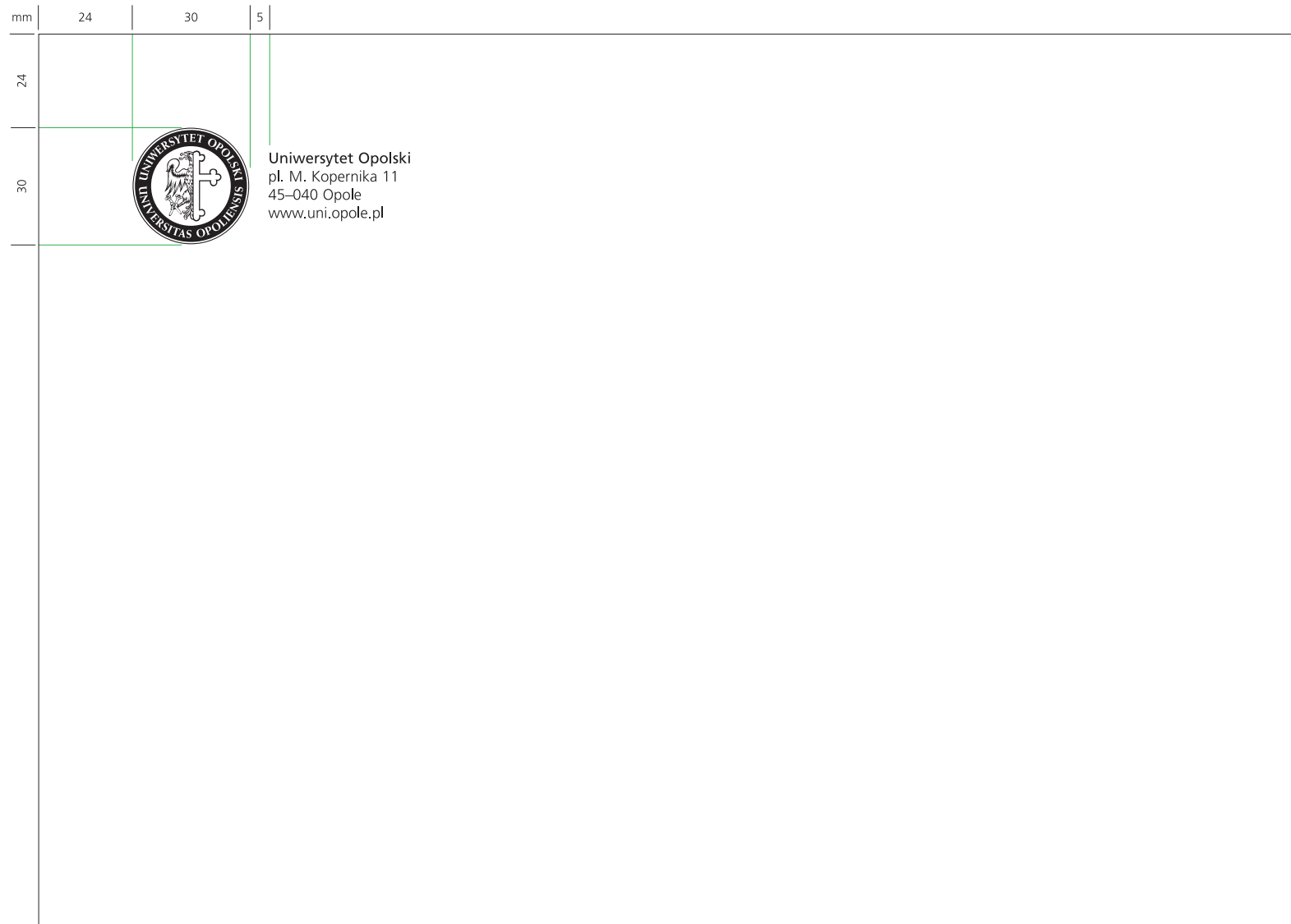
Format: C4 – (229 x 324 mm); B4 – (250 x 353 mm); E4 – (280 x 400 mm)

TYPOGRAFIA:

Dane adresowe:

Frutiger-Light 11 pkt, interlinia auto

Wyróżnienia: Frutiger-Roman



Wizytówki (wersja rozkładana)

Format: 85 x 54 mm (po złożeniu) – WZÓR A

TYPOGRAFIA:

Dane adresowe:

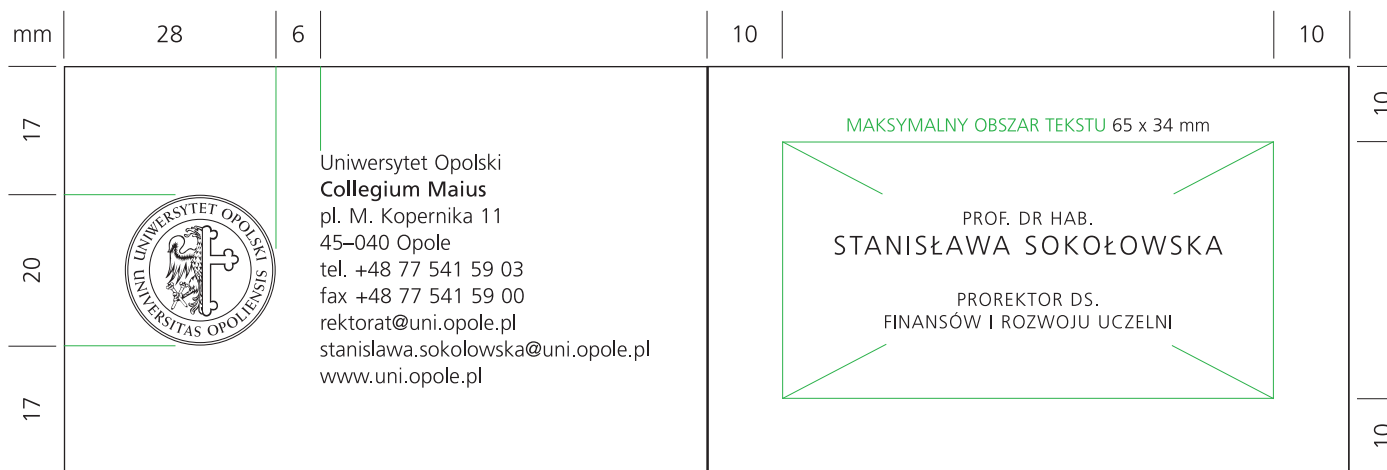
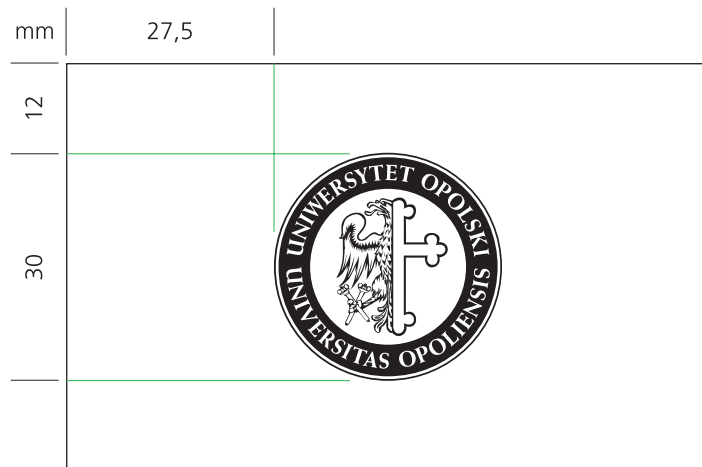
Frutiger-Light 8 pkt, interlinia 10

Wyróżnienia: Frutiger-Roman

Dane personalne:

Frutiger-Light 7/10/7 pkt

Interlinia auto



Wizytówki

Format: 85 x 54 mm – WZORY B, C

mm	8	17	5
11			
18			
17			
8			



Prof. dr hab. inż.
KRYSTYNA CZAJA
Rektor Uniwersytetu Opolskiego

Uniwersytet Opolski, **Collegium Maius**
pl. M. Kopernika 11, 45-040 Opole
tel. +48 77 541 59 03
fax +48 77 541 59 00
krystyna.czaja@uni.opole.pl
www.uni.opole.pl

WZÓR B

mm	8	17	5
11			
17			
8			
12			
6			



Prof. dr hab. inż.
PIOTR P. WIECZOREK
Prorektor ds. nauki
i współpracy z zagranicą

Uniwersytet Opolski, **Collegium Maius**
pl. M. Kopernika 11, 45-040 Opole
tel. +48 77 541 59 04, fax +48 77 541 59 00
piotr.wieczorek@uni.opole.pl, www.uni.opole.pl

WZÓR C

TYPOGRAFIA:

Dane adresowe:

Frutiger-Light 8 pkt, interlinia 9,6

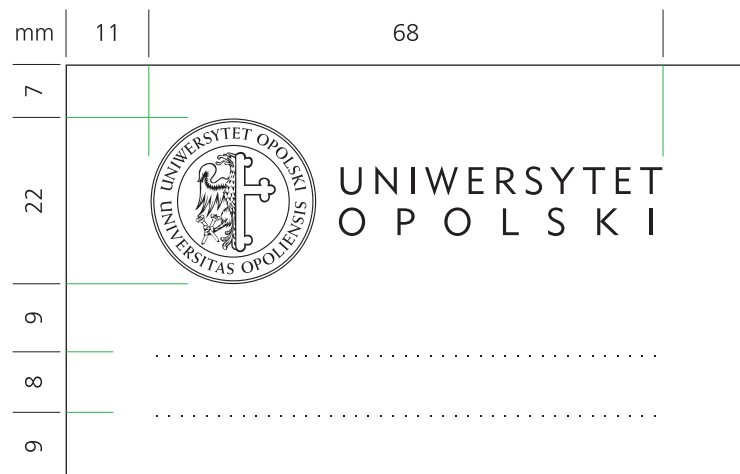
Dane personalne:

Frutiger-Light 9/9/8 pkt

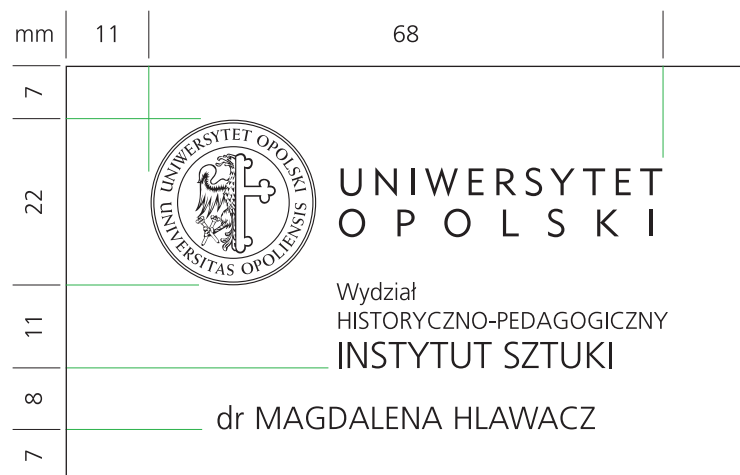
Interlinia auto

Identyfikatory

Format: 90 x 55 mm – WZORY A, B



WZÓR A



WZÓR B

TYPOGRAFIA:

WZÓR B

Jednostka:

Frutiger-Light 9/14 pkt

Interlinia auto

Dane personalne:

Frutiger-Light 12 pkt

Kolejność danych adresowych

1. Jednostka

2. Ulica, nr, kod, miasto

3. Telefon

4. Fax

5. Adres e-mail

6. Strona www

Uniwersytet Opolski, Instytut Sztuki
Wrocławska 4, 45–707 Opole

tel. +48 77 474 80 39

fax +48 77 453 07 17

instytut.sztuki@uni.opole.pl

www.sztuka.uni.opole.pl

1. Tytuł, imię, nazwisko

2. Funkcja, stanowisko

3. Jednostka

4. Ulica, nr, kod, miasto

5. Telefon

6. Fax

7. Adres e-mail

8. Strona www

dr hab. MARIAN MOLENDĄ, prof. UO
Kierownik Pracowni Rzeźby

Uniwersytet Opolski, Instytut Sztuki
Wrocławska 4, 45–707 Opole

tel. +48 77 474 80 39

fax +48 77 453 07 17

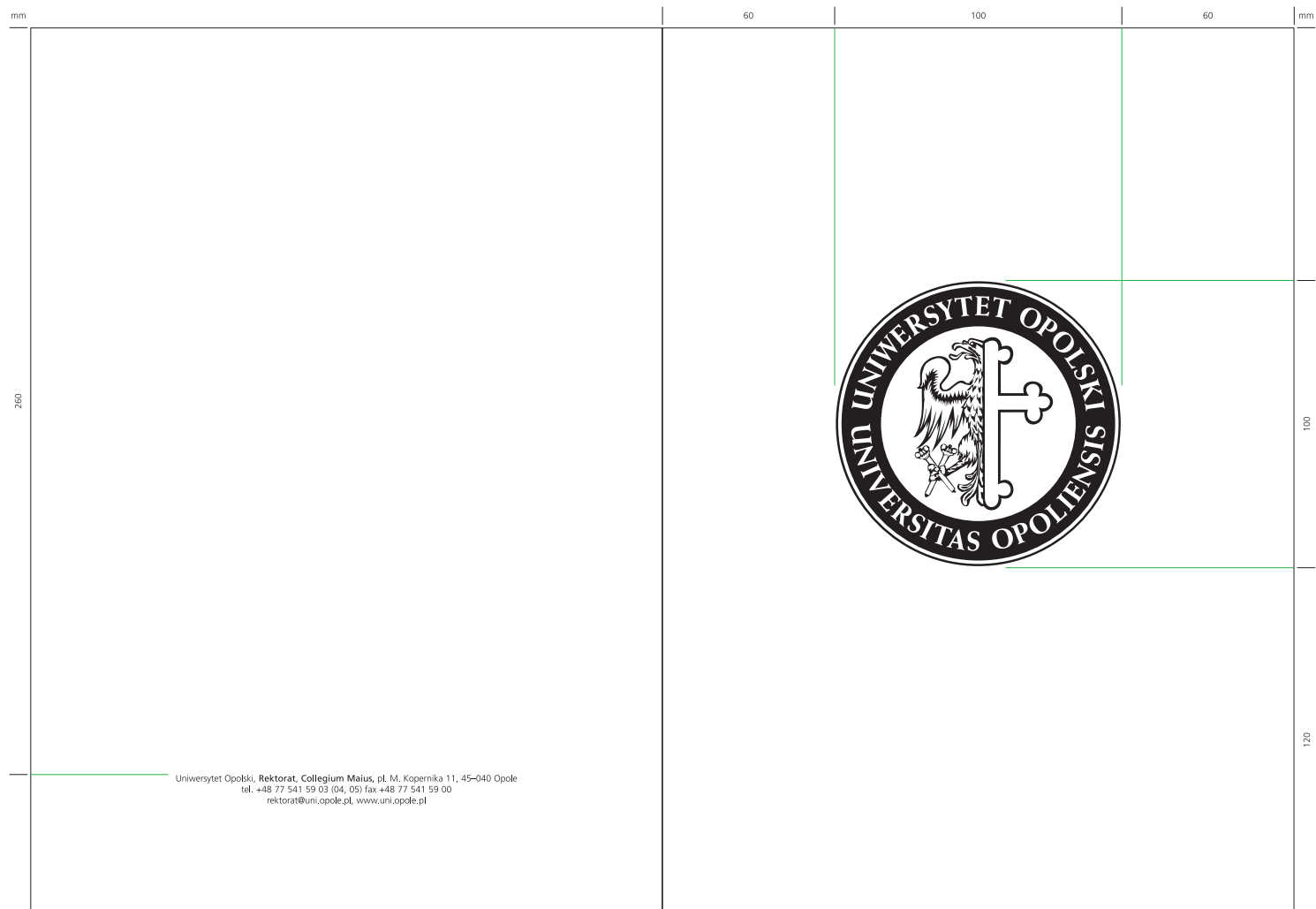
instytut.sztuki@uni.opole.pl

www.sztuka.uni.opole.pl

Zaleca się stosowanie zaproponowanej obok kolejności danych adresowych w korespondencji wewnętrznej i zewnętrznej oraz elektronicznej (stopka e-mail).

Teczka firmowa

Format: 220 x 308 mm



TYPOGRAFIA:

Dane adresowe:

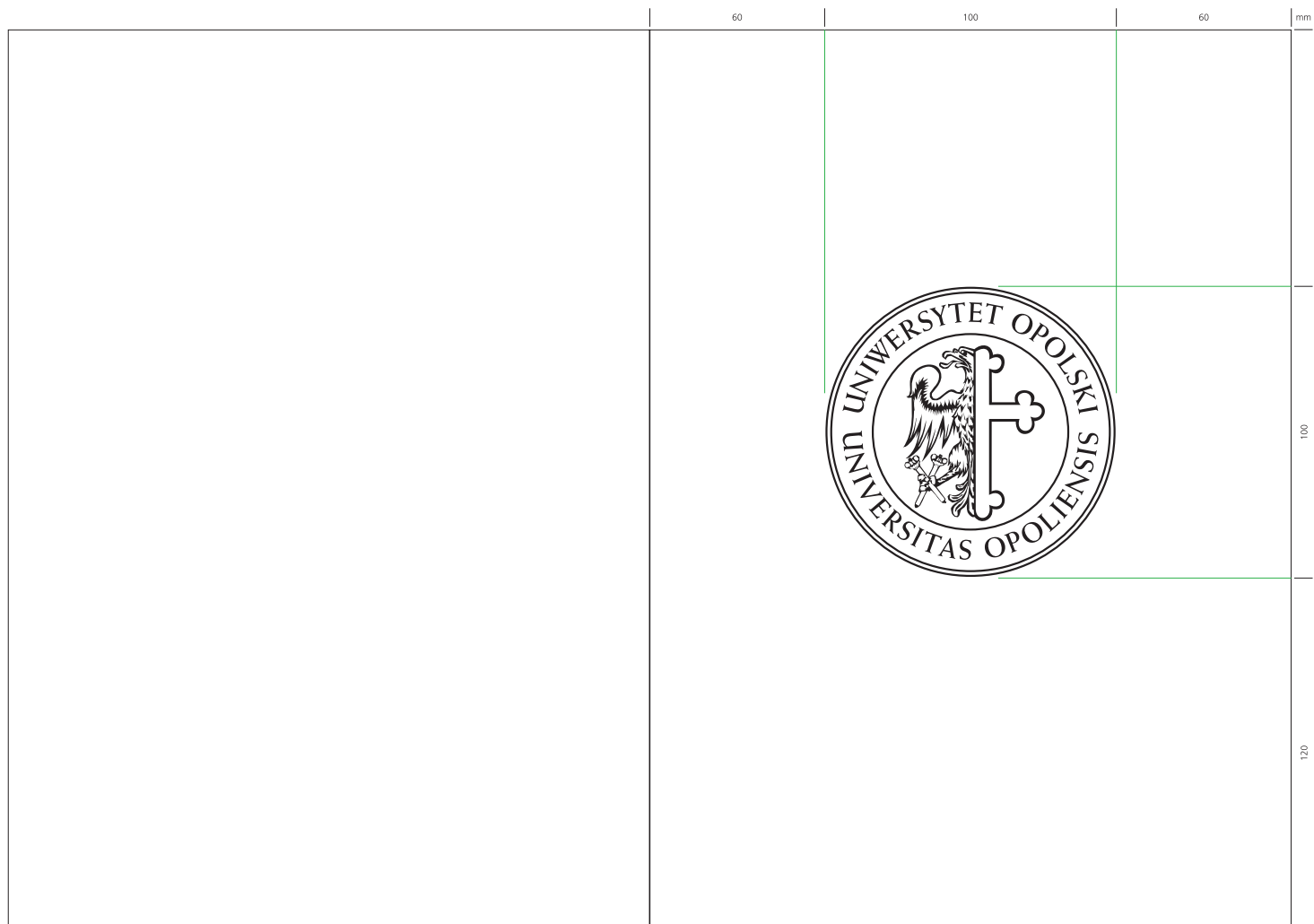
Frutiger-Light 8 pkt

Interlinia auto

Wyróżnienia: Frutiger-Roman

Teczka okolicznościowa

Format: 220 x 308 mm



W teczkach okolicznościowych, „suchych” tłoczeniach na kartonach ozdobnych i skórach, zaleca się stosowanie logo UO w wersji „light”.

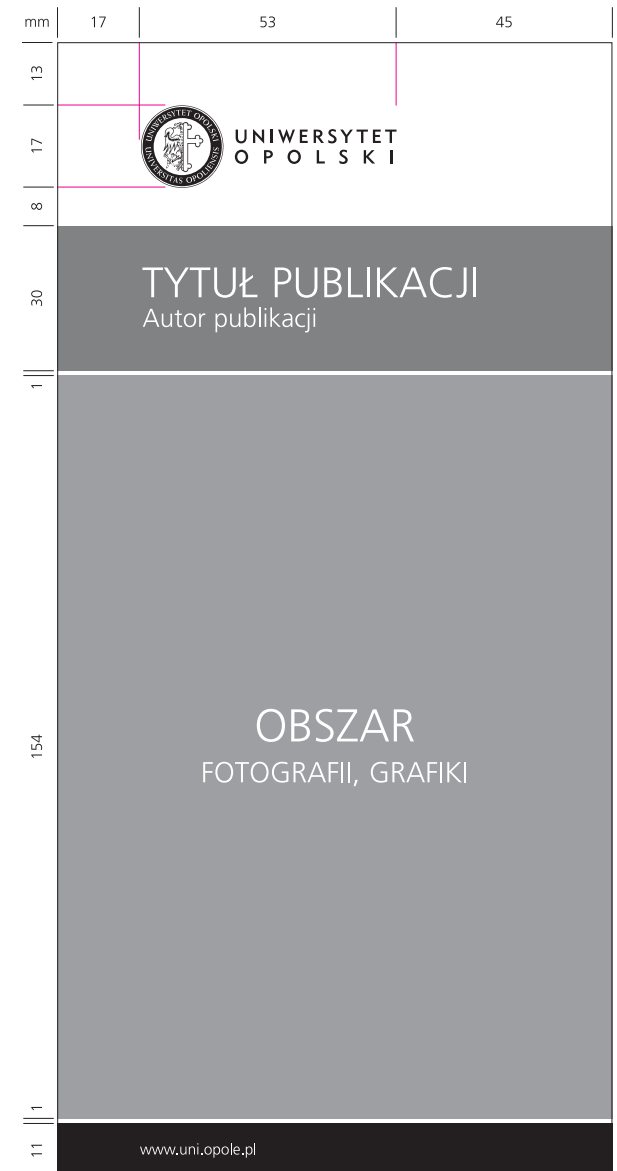
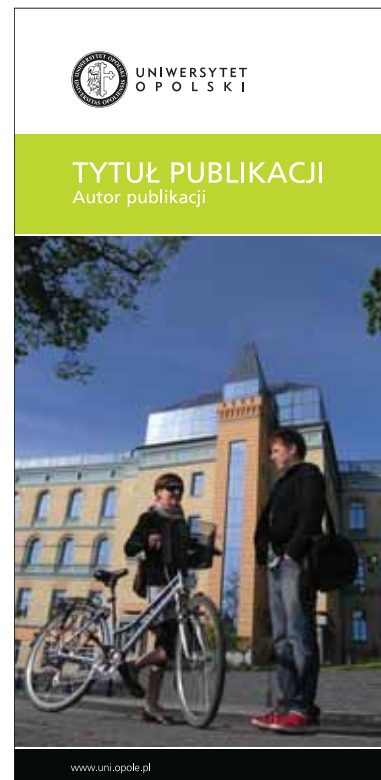
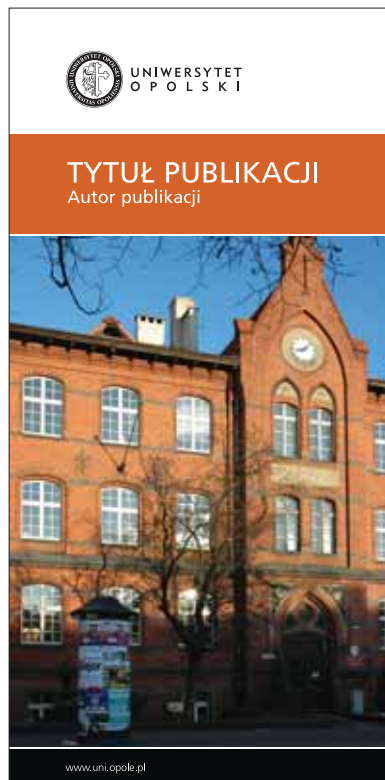
Publikacje informacyjne i promocyjne

Format: A5



Publikacje informacyjne i promocyjne

Format: 115 x 225 mm



Informator UO
Format A5



TYPOGRAFIA:

Tytuł:

Frutiger-Roman 28 pkt

Frutiger-Light 17 pkt

Frutiger-BoldItalic 17 pkt

Informator UO

Przykład zastosowania kolorów uzupełniających w wydawnictwie seryjnym



System komunikacji wewnątrz i na zewnątrz budynków
tablice informacyjne, szyldy, format: 297 x 105 mm



TYPOGRAFIA:

Jednostka:

Frutiger-Light 35 pkt

Frutiger-Light 35 pkt

Frutiger-Roman 40 pkt, interlinia 40

System komunikacji wewnątrz i na zewnątrz budynków
tablice informacyjne, szyldy, format: 297 x 105 mm



TYPOGRAFIA:

Frutiger-Light 63 pkt
Frutiger-Light 40 pkt, interlinia 42

System komunikacji wewnątrz i na zewnątrz budynków
tablice informacyjne, szyldy, format: 297 x 105 mm

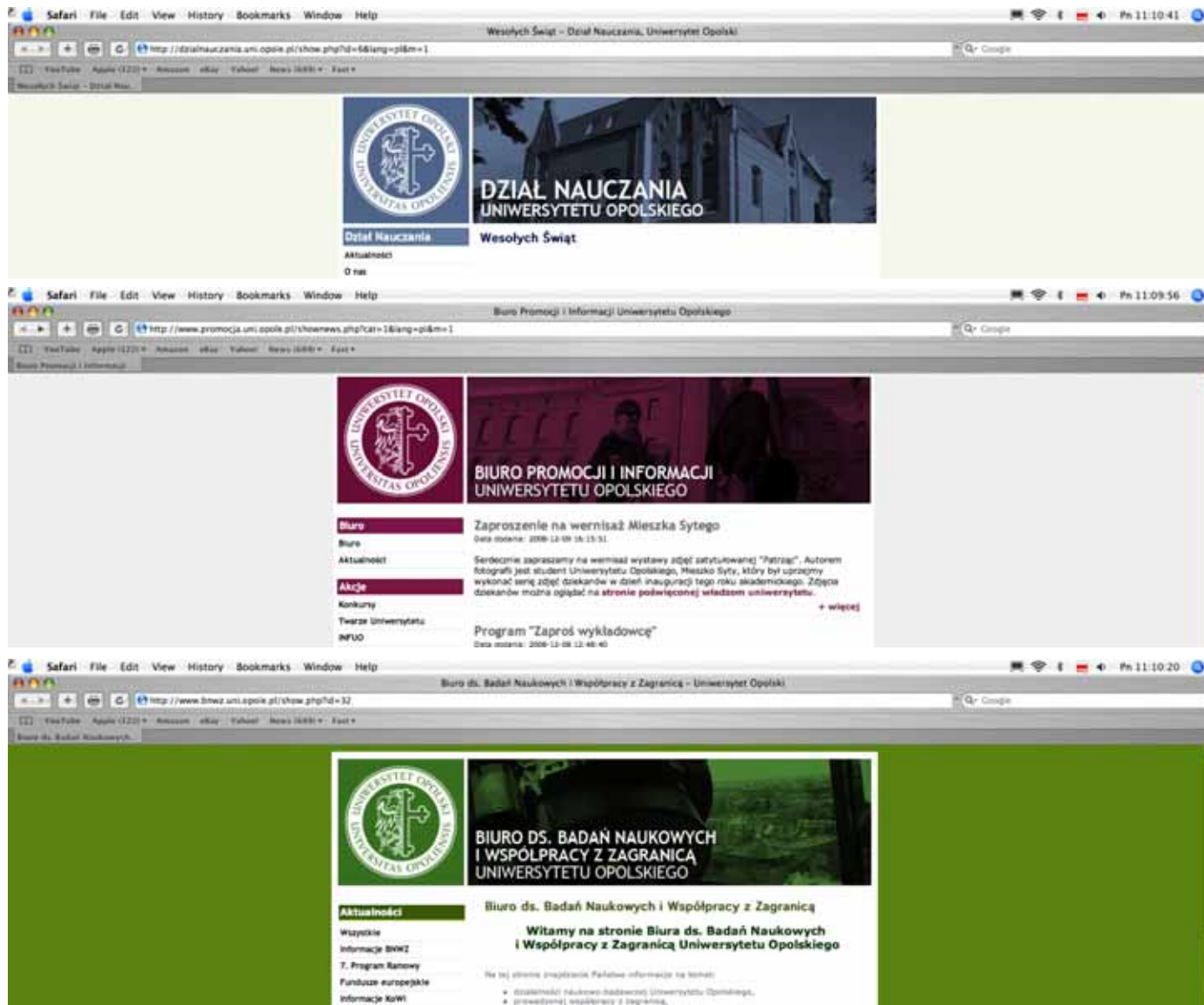


TYPOGRAFIA:

Frutiger-Light 60 pkt

Frutiger-Light 30/30 pkt, interlinia 40

Strony internetowe



Zaleca się stosowanie zaproponowanego przez Centrum Informatyczne wzoru strony internetowej (<http://www.centrum.uni.opole.pl>).

Opracowana na stronie 9 kolorystyka UO umożliwia wybór spośród 20 kolorów dopełniających uniwersytetu do zindywidualizowania stron poszczególnych wydziałów i instytutów.

Stałymi elementami strony www są:

- logo UO umieszczone w lewym, górnym rogu
- główne menu po lewej stronie o szerokości pola z logiem UO
- baner o ustalonej, stałej wielkości z monochromatyczną fotografią w tle
- nazwa instytucji, wydziału lub jednostki pisana wersalikami (w kontrze)
- jednolita, monochromatyczna gama baneru, zakładek menu oraz tła.

Szablony prezentacji ppt

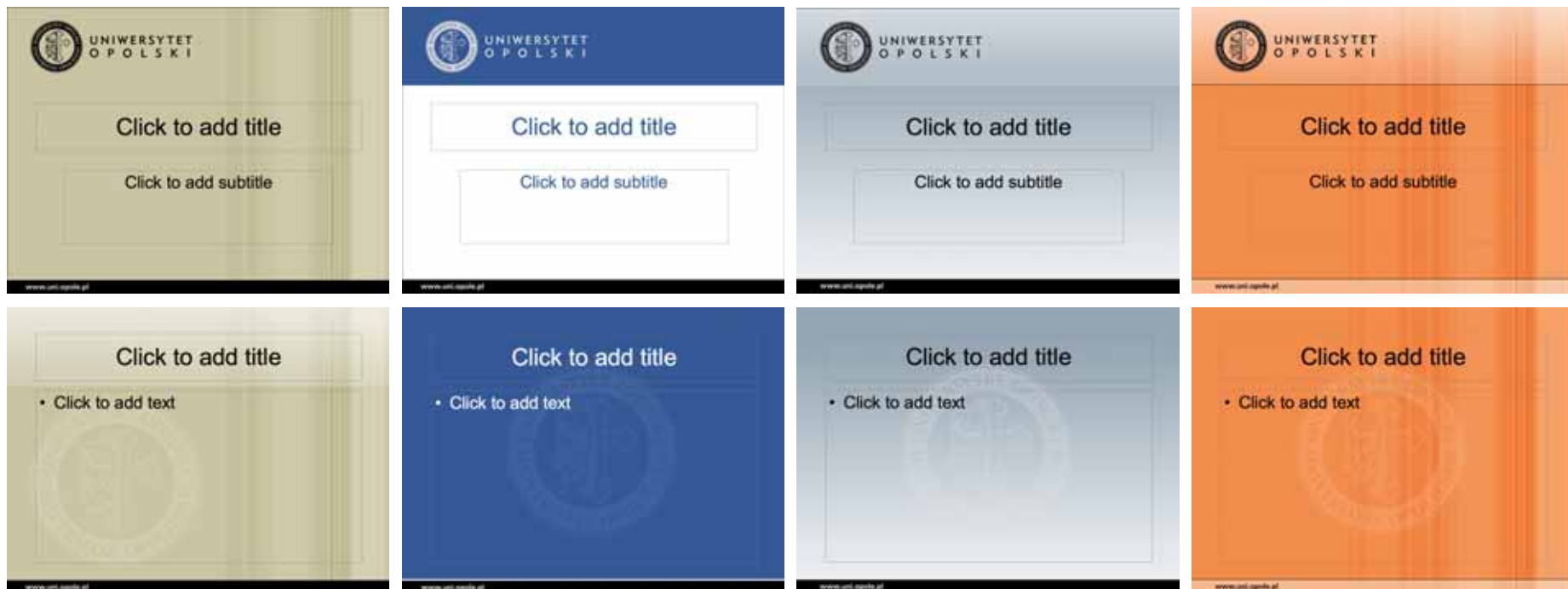
Tworzenie prezentacji
<http://office.microsoft.com/training/training.aspx?AssetID=RC011298761045>

Tworzenie własnego szablonu
<http://office.microsoft.com/training/training.aspx?AssetID=RC011368101045>

Prezentacje i szablony projektu do pobrania na stronie: <http://www.promocja.uni.opole.pl/identyfikacja/>

Pliki prezentacji (*.ppt) są gotowe do użycia.

Opcjonalnie szablony projektu (*.pot) można umieścić w domyślnej lokalizacji, w której program PowerPoint szuka szablonów. Można nadać mu rozpoznawalną nazwę. Po zakończeniu i ponownym uruchomieniu programu PowerPoint szablony projektu będą dostępne w okienku zadań *Projekt slajdu* w obszarze *Dostępne do użycia*.



Logo promocyjne Uniwersytetu Opolskiego

Logo promocyjne Uniwersytetu Opolskiego



Logo promocyjne UO jest znakiem graficznym składającym się z trzech stylizowanych liter UNI będącym skrótem nazwy „uniwersytet” i adresu internetowego UO.

Logo promocyjne jest opracowane w kilku wersjach kolorystycznych z wykorzystaniem kolorów uzupełniających dostępnych na stronie 9.

Logo promocyjne Uniwersytetu Opolskiego

Dopuszczalne wersje znaku

1. Wersja czarna na jednolitym białym tle



2. Wersja czarna na jednolitym kolorowym tle



3. Wersja kolorowa jednolitym białym tle



4. Wersja biała (w kontrze) jednolitym kolorowym tle



Jeżeli projekt graficzny to uzasadnia, dopuszcza się użycie innego koloru zarówno znaku, jak i tła.

Zasady używania logo promocyjnego Uniwersytetu Opolskiego

Używanie logo przez jednostki uniwersytetu

Jednostki uniwersytetu mają prawo do używania logo w materiałach informacyjnych i promocyjnych. Prawo to obejmuje powielanie znaku na potrzeby akcji informacyjnych i promocyjnych takich jak festiwale nauki, dni otwarte, konferencje itp., a także zamieszczenia na stronach www. Samorząd Studencki, organizacje studenckie oraz studenckie koła naukowe mają prawo korzystać z logo Uniwersytetu Opolskiego za zgodą Biura Promocji i Informacji OU.

Używanie logo przez strony trzecie

Logo można użytkować tylko w powiązaniu z działaniami, które są zgodne z celami Uniwersytetu Opolskiego. Używanie logo przez strony trzecie wymaga uzyskania zezwolenia. Jednostki uniwersytetu odpowiadają za to, aby ich partnerzy używali logo zgodnie z założeniami Biura Promocji i Informacji OU.

Pliki do pobrania

Logo promocyjne OU dostępne na stronie <http://www.promocja.uni.opole.pl/identyfikacja/>

Wersje do druku: EPS, AI

Wersja do edytorów tekstu i Internetu: JPG, GIF

W celu uzyskania zezwolenia na wykorzystanie logo prosimy o kontakt:

Biuro Promocji i Informacji

Collegium Civitas, p. 10,
ul. Katowicka 89, 45–061 Opole
tel. + 48 77 452 74 58, wewnętrzny 74 58
(tylko w sieci OU)
promocja@uni.opole.pl
gadu-gadu: 771623

Przykłady zastosowania logo promocyjnego Uniwersytetu Opolskiego

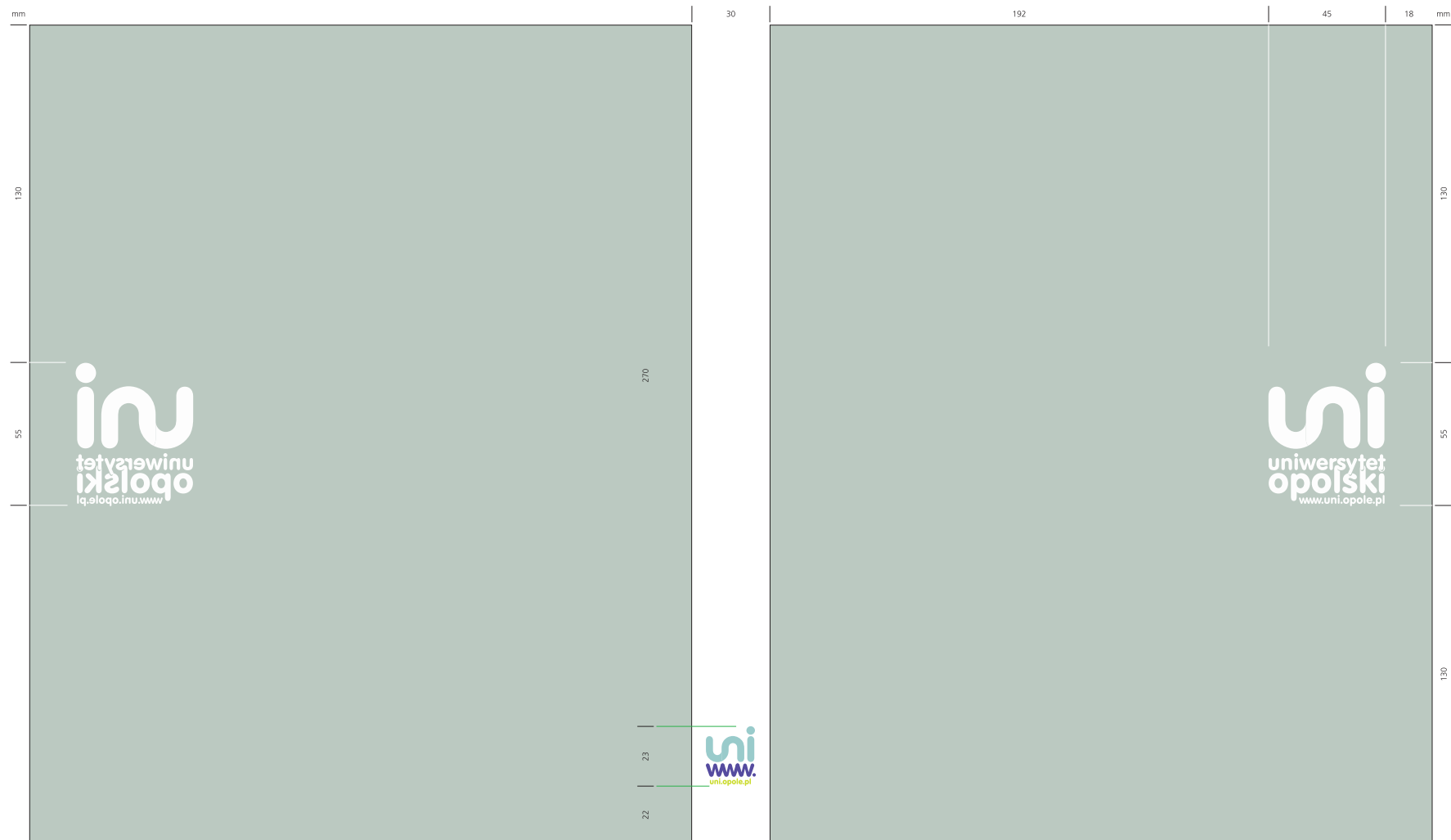
Segregator

Format: 255 x 315 mm



Segregator

Format: 255 x 315 mm



Kubki reklamowe

Kubki ceramiczne zdobione metodą wypału kalki ceramicznej lub metodą piaskowania.



„Gadżety” ekologiczne



Promując uniwersytet, promujemy surowce ekologiczne (organiczna bawełna, drewniane ołówki, biodegradowalne długopisy, notesy i zakładki do książek z surowców wtórnych itp.).

Koszulki z organicznej bawełny 150/160 gr.

„Gadżety” ekologiczne

Torby papierowe 36 x 29 x 6 cm.



Sposób organizacji przestrzeni stoisk targowych i prezentacji konferencyjnych



Ze względu na różnorodność tematyczną, odmienne wymagania organizatorów targów, poszczególne stoiska i prezentacje konferencyjne mogą mieć bardzo indywidualny charakter.

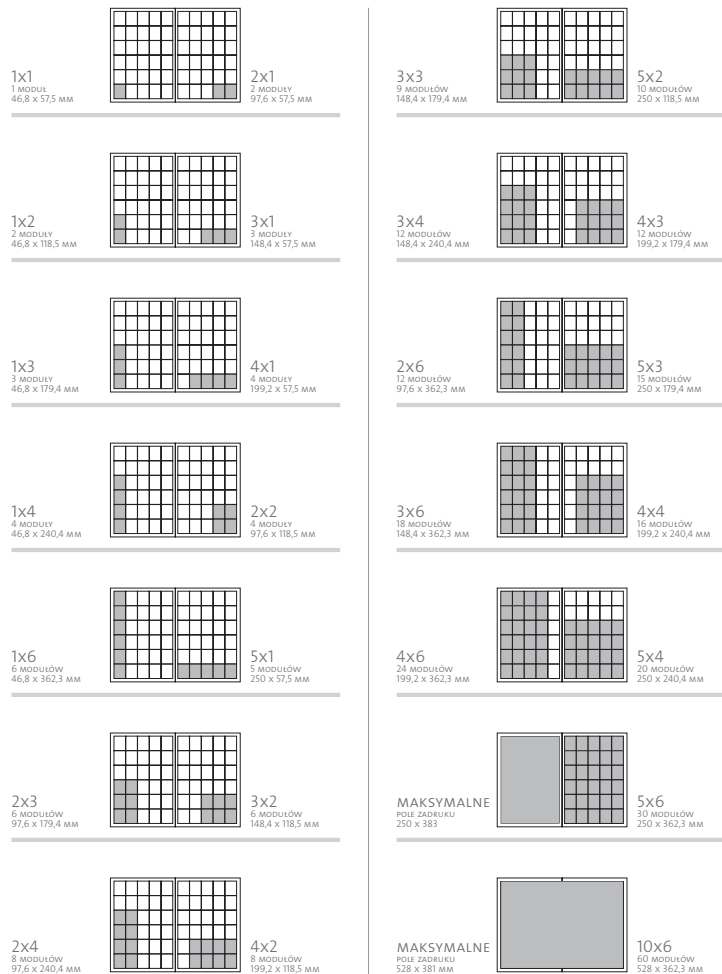
Każde stoisko czy prezentacja konferencyjna niezależnie od konfiguracji czy charakteru powinny zawierać logo UO, a dodatkowo mogą zawierać logo promocyjne UO. Zaleca się używanie logo UO i logo promocyjnego UO zgodnie z założeniami Biura Promocji (s. 8 i 38).

Na potrzeby publikacji oraz akcji informacyjnych i promocyjnych opracowana została kolorystyka UO (s. 9).

Przykłady typowych modułów prezentacyjnych: roll-postery 200 x 85 cm oraz plakat 100 x 70 cm.

Układ reklam i ogłoszeń prasowych

Przykład ogłoszeń wymiarowych Gazety Wyborczej



Ze względu na zróżnicowanie modułów ogłoszeń prasowych i insertów, w celu zachowania zgodności z identyfikacją wizualną UO, zaleca się konsekwentne stosowanie następujących elementów:

- logo UO i logo promocyjne UO użyte zgodnie z założeniami Biura Promocji (s. 8 i 38),
- krój pisma Frutiger i jego odmiany (s. 10),
- kolorystyka UO (s. 9).