



Políticas para

Material

PUBLICITARIO



CATÓLICA DEL NORTE[®]
Fundación Universitaria
Pioneros en educación virtual

POLÍTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO INSTITUCIONAL

Con el objetivo de preservar y contribuir al cuidado de la imagen institucional y al posicionamiento de la marca Católica del Norte Fundación Universitaria y Cibercolegio UCN, la Coordinación de Comunicaciones pone a disposición de todo el equipo de trabajo que tenga relación con la elaboración de material publicitario, las siguientes políticas.

1. Se entenderá por **material publicitario institucional**, todo el material tanto impreso como digital que deba llevar el logosímbolo de las marcas Católica del Norte y Cibercolegio UCN, principalmente si tiene como propósito representar, promover, difundir y posicionar.
2. La Coordinación de Comunicaciones cuenta con un equipo idóneo, especializado en el manejo y aplicación de la **imagen corporativa**, por lo que el diseño de material publicitario preferiblemente debe ser elaborado directamente por el área de Comunicaciones a quién debe hacerse la solicitud a través del Flujo de Trabajo: Requerimientos Comunicaciones, el cual se encuentra ubicado en la Intranet Conectados.
3. El primer referente para la elaboración del material publicitario institucional será el **Manual de Identidad Corporativa**, por ser un documento que contiene las especificaciones para el uso adecuado de todos los elementos que hacen parte de la Identidad Corporativa.
4. El diseño del material publicitario elaborado bien sea por personal interno o externo deben ser diseñados y diagramados de acuerdo con la línea gráfica institucional siguiendo estrictamente lo establecido en el **Manual de Identidad Corporativa**.
5. La Coordinación de Comunicaciones, se encargará de elaborar el arte y de la aprobación de las pruebas de impresión; la negociación y el contacto con proveedores es responsabilidad del comité de compras.
6. La Coordinación de Comunicaciones, no se hace cargo de la impresión, ni de los gastos presupuestales que estas impliquen.

7. En caso de que la pieza gráfica no sea elaborada por el área de Comunicaciones deberá tener presente lo siguiente:

- ✓ Antes de iniciar el proceso de diseño el área interesada debe establecer comunicación con el Coordinador de Comunicaciones, presentándole de manera clara la información que llevará la pieza así como el objetivo del mismo, esto evitará retrasos en la elaboración del producto.
- ✓ El Coordinador de Comunicaciones debe revisar el arte, con el propósito de corregir errores, en especial de índole tipográfico, en las primeras fases de producción y hacer últimos ajustes de diagramado y presentación.
- ✓ El área que solicitó el material debe entregar al Coordinador de Comunicaciones una muestra impresa del arte para su aprobación final. Luego de esto, no se podrán hacer ningún tipo de correcciones adicionales.

8. El contenido del material publicitario institucional necesariamente debe dar cumplimiento a los siguientes elementos.

- ✓ **Logosímbolo actualizado:** versión vigente del logosímbolo.
- ✓ **Información de Institucional:** En las piezas publicitarias se debe adjuntar la ley del Ministerio de Educación:

Para la Universidad: **La sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional (Art. 39, Decreto 1295 de 2010).**

Para el Cibercolegio: **El Cibercolegio UCN es una Institución Educativa aprobada por resoluciones 5778 del 20 de junio de 2003 y 6189 del 3 de junio de 2005, emitidas por la Secretaría de Educación para la Cultura de Antioquia.**

- ✓ **Información de Contacto:** Deben incluirse siempre la dirección del sitio web y el PBX.
 - ✓ **Información legal:** es requisito obligatorio, exigido y vigilado por el Ministerio de Educación Nacional, que la publicidad de los programas de Educación Superior lleve cada uno su respectivo Registro Calificado y/o Código SNIES¹. Para el caso del Cibercolegio UCN, es requisito que la publicidad incluya las Resoluciones de la Secretarías de Educación de Medellín y del Departamento.² Las inquietudes que resulten en este aspecto, deberán consultarse con la Asesora Pedagógica y Curricular.
 - ✓ **Diseño:** debe corresponder a la unidad gráfica de las demás piezas que tenga la institución, se tendrá siempre como punto de referencia la coherencia de la pieza requerida, con la imagen del portal www.ucn.edu.co. Las fuentes utilizadas no deben ser más de 3 tipos y las imágenes de apoyo deben ser de seres humanos que estén acompañados por elementos digitales como referente de nuestro modelo educativo, en ningún momento se usarán caricaturas o dibujos animados.
 - ✓ **Diagramación:** la composición de las piezas deben ser armoniosas en términos de una adecuada distribución de los espacios para diferenciar elementos gráficos y textos, deben usarse las tonalidades de colores establecidos dentro de nuestra carta, no deben estar saturados, ni deben usarse diversidad de tonos en un solo diseño.
- Slogan:** En toda pieza publicitaria debe ir el copy principal **Educación Virtual con sentido humano**, y un mensaje de campaña, ejemplo: Estudia desde tu espacio preferido aprovechando tu tiempo. Inscripciones permanentes.
- ✓ **Veracidad de la información:** los textos que aparecen en las piezas publicitarias deben corresponder a información oficial, veraz, concisa y oportuna. Esto incluye muy buena redacción y ortografía.

¹ Ver Art. 42 del Decreto 2566 del Ministerio de Educación Nacional. 10 de Septiembre de 2003

² Resoluciones: 5778 de Junio 20 de 2003, 6189 de Junio 03 de 2005 y 01994 de Febrero 28 de 2007

- ✓ **Convenios:** cuando la imagen corporativa es compartida con otras organizaciones, debe asegurarse que el logotipo de la otra organización esté vigente y que la publicidad que se emita por parte de la organización en convenio, no vulnere el uso adecuado de la identidad corporativa institucional.

Todo tipo de material publicitario que comprometa la imagen institucional, debe ser revisado y aprobado previamente por el Coordinador de Comunicaciones, teniendo siempre presente la prueba impresa (sherpa) para el caso de material físico.

Coordinación de Comunicaciones
Última actualización: febrero de 2014.