



Manual de Identidad Corporativa

Diseño original de la marca Derechos Reservados

**Propuesta presentada por:
DISEÑO Y ADAPTACION: Victor Raul Pancca Parillo
CORRECCIONES: Dulio Palomino Asqui**



Introducción
Misión
Visión
Imagotipo
Isotipo
Paleta de Colores
Tipografía
Aplicación Cromática
Área de Protección
Tamaño Mínimo de Reproducción
Usos Incorrectos
Papelería

01.

Introducción

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social es parte de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno. Fue creada en 1983 como carrera profesional de periodismo, pero empezó a funcionar en el año de 1985. Posteriormente la denominación de periodismo fue cambiada por la de “ciencias de la comunicación social”. En el presente se cuenta con una plana de catedráticos con estudios de segunda especialización maestría y doctorado en el área de ciencias de la comunicación y afines; con una población estudiantil aproximada de 400 estudiantes. La escuela profesional funciona con estructura curricular determinada se procedió a la evaluación y rediseño de la “Curricula por competencias 200-2005”, realizada en múltiples reuniones y en diferentes lugares en la ciudad universitaria de puno, en la ciudad de Chucuito y el albergue de KOKAN Juliaca con la participación de estudiantes y docentes de la escuela en coordinación con la oficina universitaria académica y el vicerrectorado académico de la UNA-Puno. Como resultado de este rediseño curricular, la dirección de estudios de la escuela profesional de ciencias de la comunicación sociales y la jefatura del departamento académico de comunicación, publican la “curricular flexible por competencias 2008-2012” que es el instrumento normativo legal que guiará las actividades académicas y administrativas de la escuela profesional. La currícula se enmarca según las normas legales y en concordancia a la ley universitaria 23733 y el estatuto vigente de la UNA-PUNO.

02.

Misión

MISIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PUNO

“Formar a nuestros estudiantes como profesionales con capacidad de investigación, espíritu emprendedor, con responsabilidad social, calificados y competitivos a nivel nacional e internacional”.

FUENTE: PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2024-2025.

MISIÓN ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

“Formar profesionales competentes en Ciencias de la Comunicación Social comprometidos con el desarrollo integral de la región y el país; con capacidad para investigar, planificar, producir y evaluar contenidos y estrategias en las áreas de comunicación para el desarrollo, marketing y publicidad, producción en medios, periodismo y comunicación organizacional”.

FUENTE: Curículo Flexible por Competencias 2021-2025

03.

Visión

Ser una Escuela Profesional competente de alto nivel académico y de investigación acreditada y capaz de contribuir al desarrollo integral de la región y del país dentro del contexto de globalización y cambio social con valores éticos de responsabilidad integridad social y espíritu de innovación.

04. Imagotipo

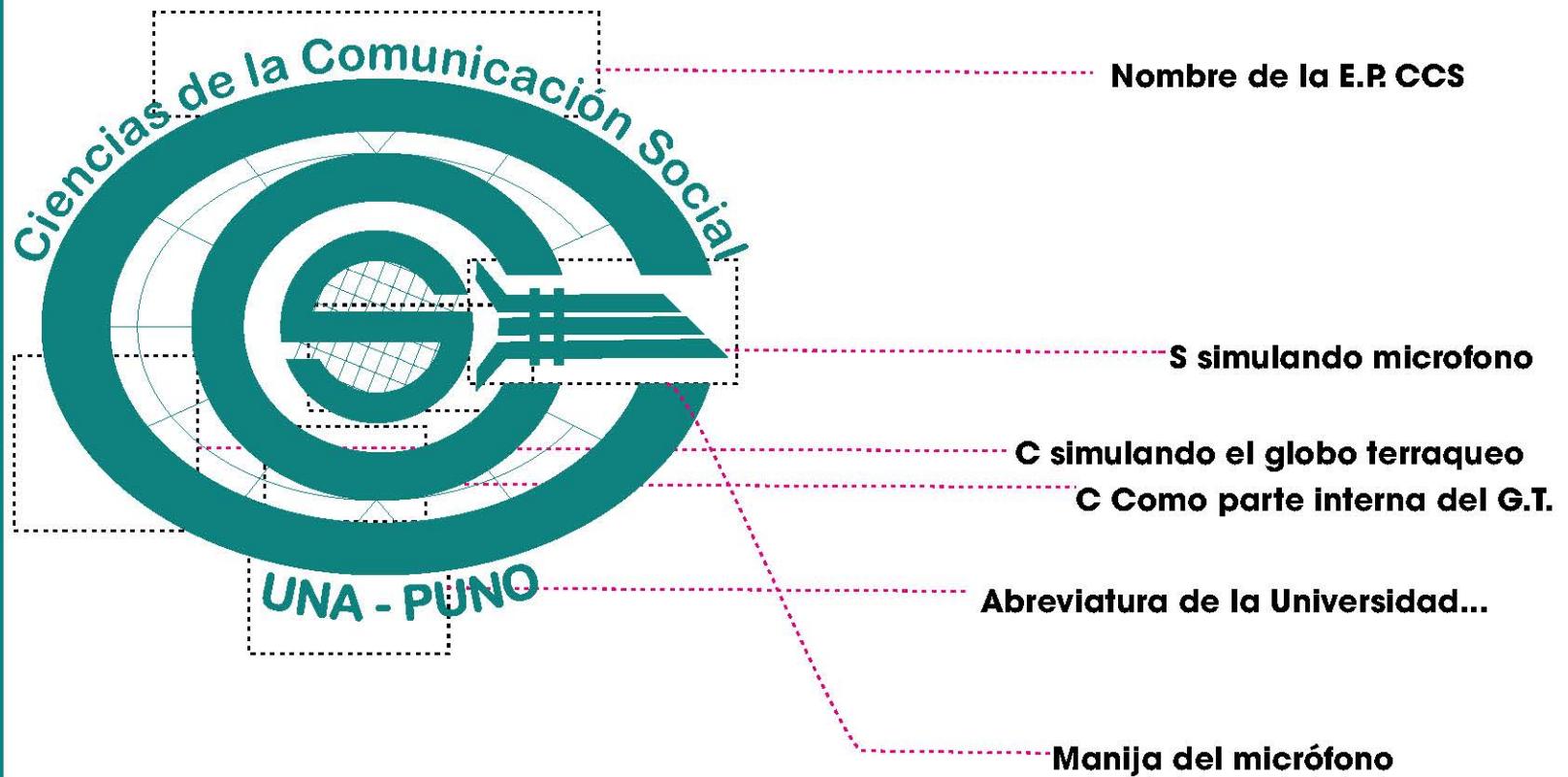


El Imagotipo de la Escuela Profesional representa todos los principios, de la comunicación tradicional. El logo consta de un globo terráqueo con líneas redondeadas y rectas que dan una imagen mas amigable, el color usado es un color monocromático. El nombre de la misma se encuentra rodeando del globo terrenal, la cual se encuentra en el centro, haciendo referencia al nombre de la escuela profesional.



05.

Imagotipo

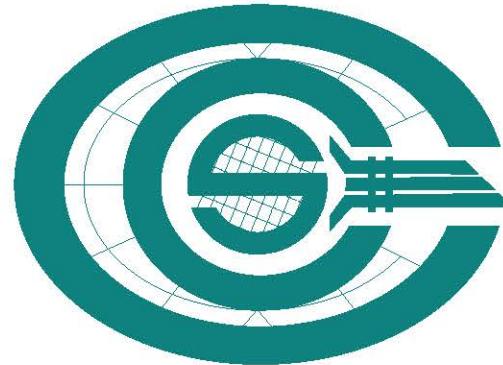


06.

Isotipo

Logotipo
abreviado

CCS
Identidad Corporativa

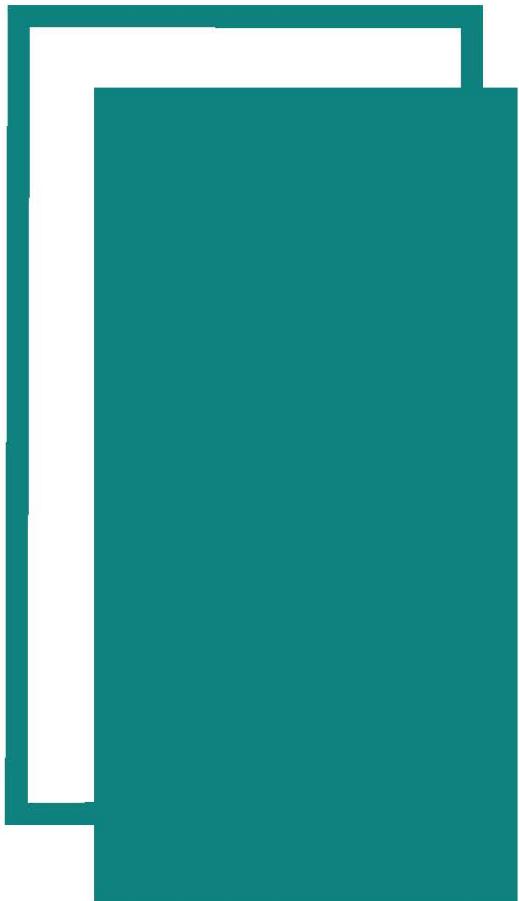


CCS

07.

Paleta de Colores

CCS
Identidad Corporativa



**R: 15 G: 130 B:127
C:81 M:15 Y:44 K:25
#0F827F**

El verde turquesa, es un color frío, los colores fríos dan sensación de calma, brindan tranquilidad. Remiten al descanso, la frescura, la paz. Se asocian con introspección, seriedad, profesionalismo y transmiten sensación de baja temperatura.. Este color expresa perfectamente la emoción que se vive con las experiencias que ofrece la asociación.



08.

Tipografía

Aa

Arial Rounded MT Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 @;.-



Aa

CCS

ITC Avant Garde LT Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 @;.-

09.

Tipografía

Arial Rounded MT Bold

ITC Avant Garde LT Extra Bold

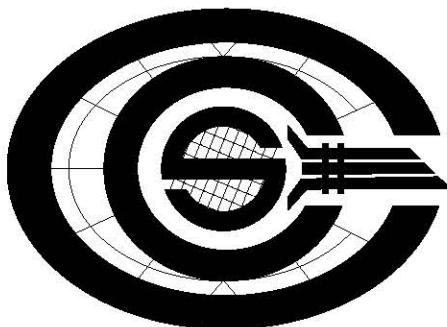
Esta tipografía usa letras bastante redondeadas y terminaciones uniformes que la hacen bastante legible, ademas de que le dan modernidad, fuerza, dinamismo y minimalismo, manteniendo la personalidad de la marca.

En cambio la tipografía de la abreviatura es mas formal ya que no posee remates.

**Familia:
Sans Serif**

10. Aplicación cromática

CCS
Identidad Corporativa



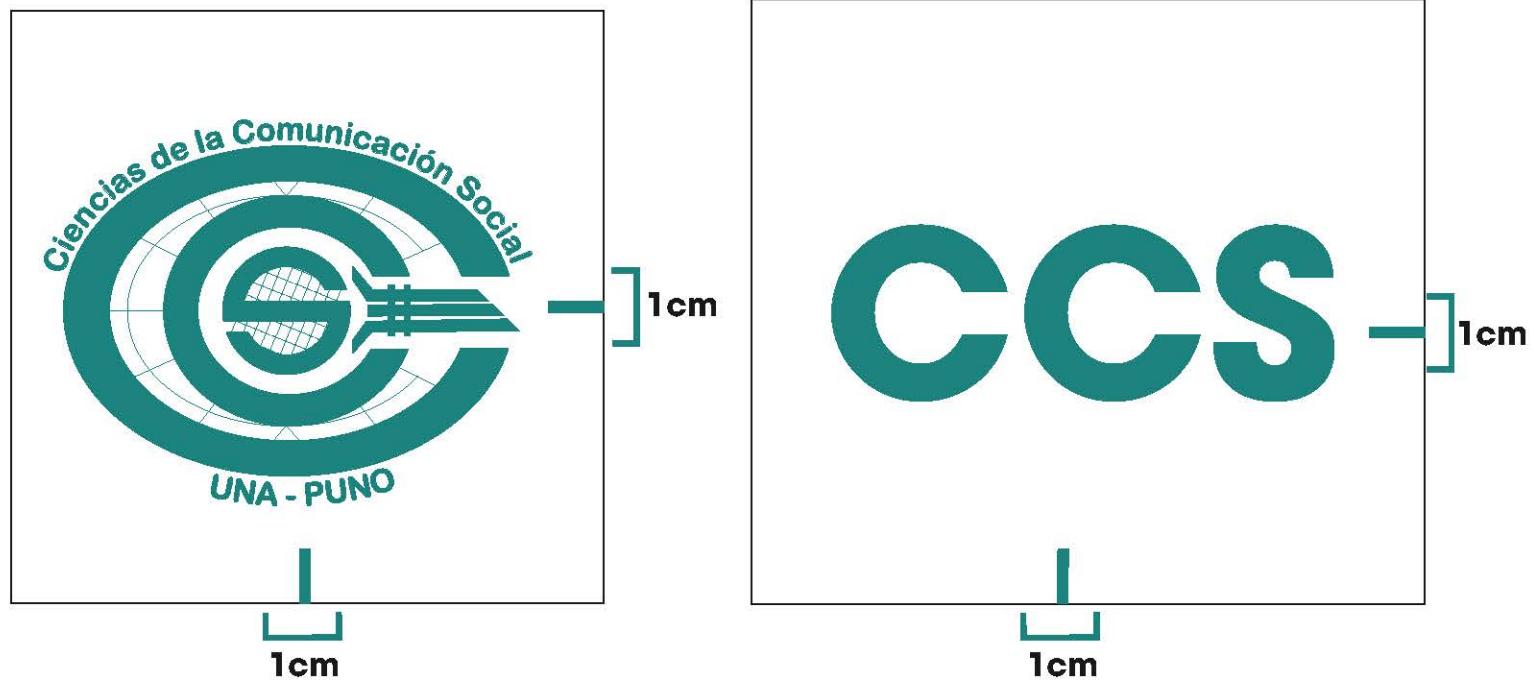
CCS



11

Área de protección

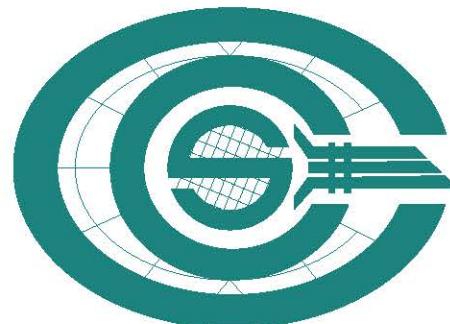
CCS
Identidad Corporativa



Se debe dejar un espacio mínimo de 1 centímetro alrededor del logo, para la correcta visualización del imagotipo y el isotipo, este puede cambiar dependiendo de las dimensiones que se usen, pero no se debe afectar la legibilidad y distinción del mismo. De igual manera esto aplica para los demás elementos que se puedan obtener dentro de este manual de identidad como es el caso de la abreviatura.

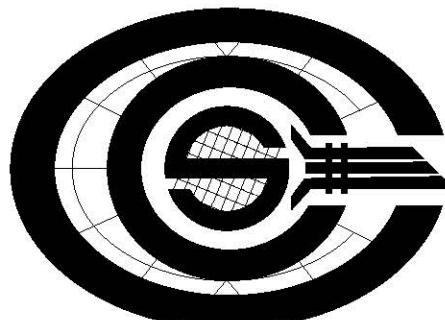
12. Área de impresión

Con respecto al imagotipo se establece un tamaño mínimo de 60 mm para papelería y un tamaño mínimo de 40 mm para impresión



CCS

En áreas menores de 30 mm (85 px) se aplicará la variante isotipo ó símbolo.



CCS

13. Usos incorrectos

CCS
Identidad Corporativa

Se recomienda evitar distorsionar, alterar o eliminar elementos del imagotipo o isotipo, para no dañar o perjudicar de ninguna forma la integridad de la imagen de la asociación.

Distorsión en sus proporciones:



Alteración en su estructura y color:



Papeleria

**Formas Correctas
de Usar el Logo**

Merchandising













Ciencias de la Comunicación Social



Universidad
Nacional del
Altiplano de Puno



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNA - PUNO