



GRAFISK PROFIL

Sektionen för Industriell ekonomi, Luleå tekniska universitet

FÖRORD

Att synas på rätt sätt

Den grafiska profilen är vårt gemensamma ansikte utåt, då den ger en enhetlig helhetsbild om sektionen som varumärke.

Genom att konsekvent arbeta utifrån dessa regler ökar vi igenkänning och kännedom om oss hos våra målgrupper. Den grafiska profilen är framtagen för att underlätta all grafisk produktion som sker i sektionens namn och förväntas följas av alla sektionsaktiva.

I-Hörnan



I-sektionen som varumärke

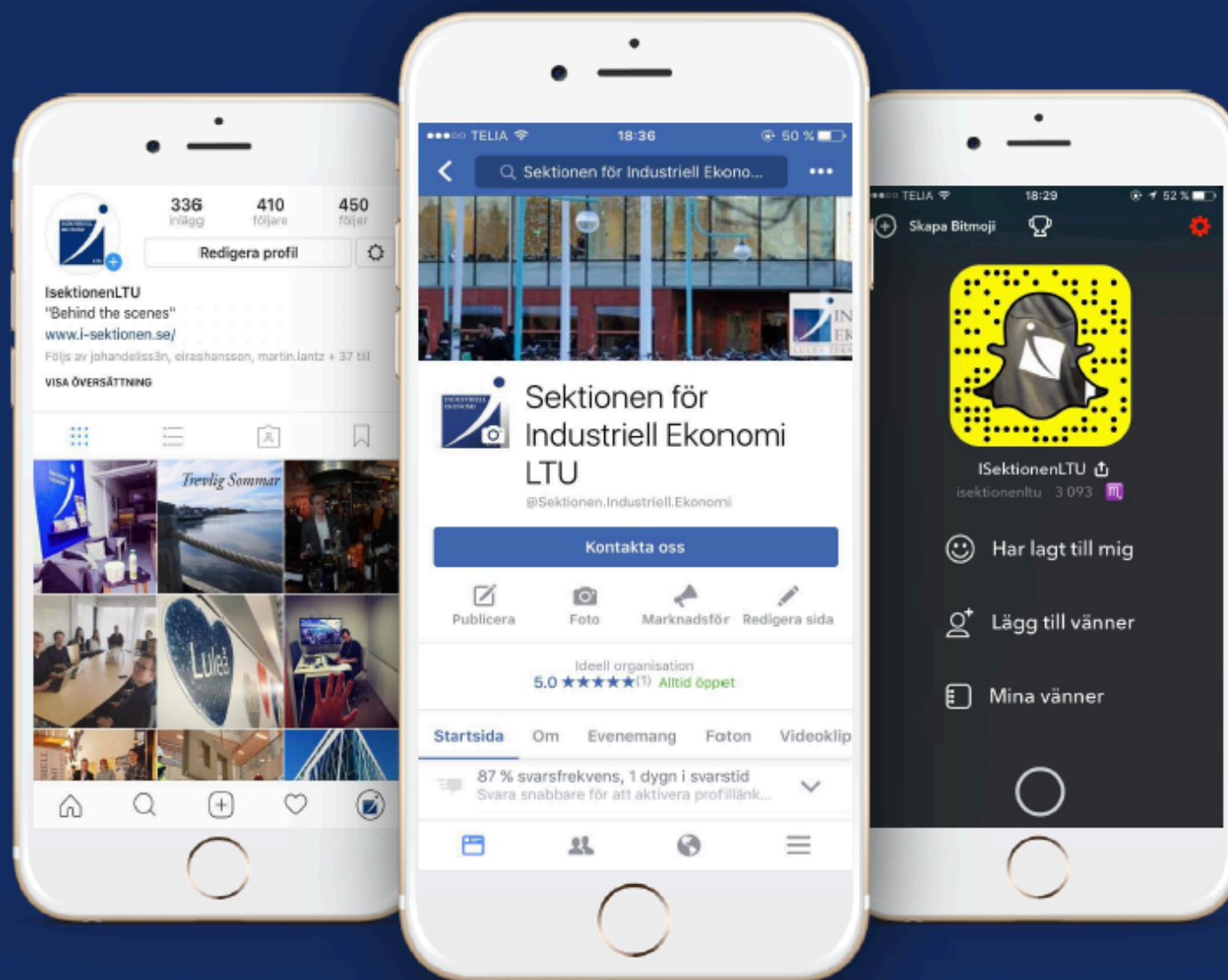
Av studenter, för studenter

Industriell ekonomi har under många år legat i topp bland de mest sökta teknikutbildningarna i Sverige, och är därmed ett mycket starkt varumärke. Utbildningen gör dig mycket eftertraktad på arbetsmarknaden då det under många år funnits ett stort behov av civilingenjörer inom just detta område.

Industriell ekonomi i Luleå utgör en del av I-Sverige, ett samarbete mellan de fem ledande I-skolorna i landet. Tillsammans arbetar vi för att stärka Industriell ekonomi som varumärke genom att bland annat arbeta för att vara konkurrenskraftig gentemot andra utbildningar och lärosäten, både i Sverige och internationellt.

Enhetliga överallt

Sektionens sociala kanaler



I-sektionen i Luleå använder, utöver sin hemsida, i huvudsak tre stycken olika sociala kanaler för att kommunicera internt och externt: Facebook, Instagram och Snapchat.

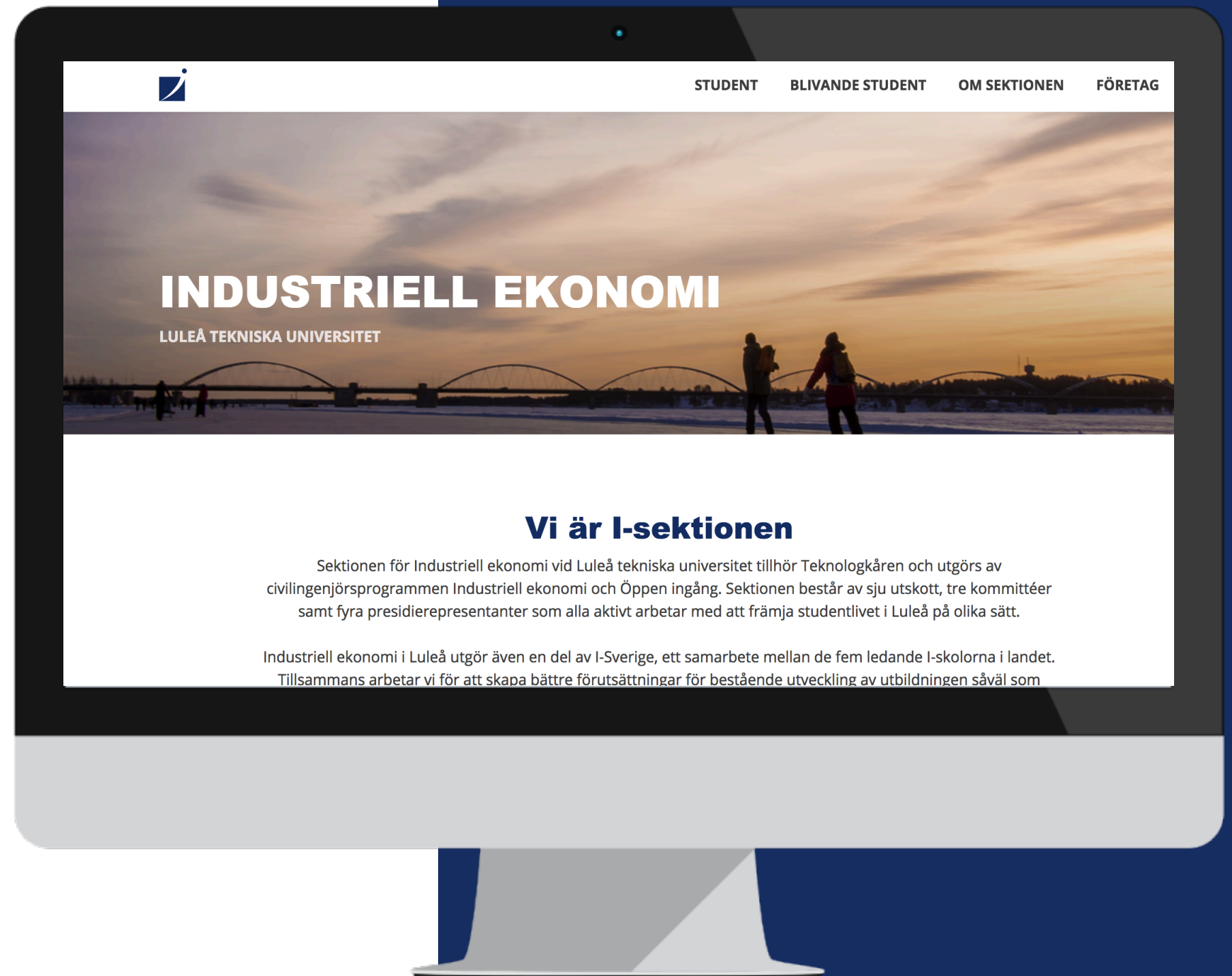
När material skall publiceras på dessa medier är det viktigt att materialet som publiceras är enhetligt, dvs. följer den grafiska profilen samt inte skadar sektionen som varumärke. Det handlar alltså om att det material som publiceras är material som hela sektionen skall kunna stå bakom.

Yttersta ansvaret för sektionens sociala kanaler har PR-utskottet i samarbete med resterande styrelse. Utlånas kontouppgifter till någon sektionsaktiv inom diverse utskott eller kommitté, är det dennes ordförare eller närmsta styrelsemedlems ansvar att se till att materialet som publiceras är lämpligt.

Sektionens hemsida

All information på ett ställe

Sektionen använder sin hemsida för att kommunicera både internt och externt. Det är därför viktigt att hemsidan kontinuerligt uppdateras och att den information som sidan erhåller stämmer.



Regler för intern och extern kommunikation

Intern kommunikation:

- Sektionen för Industriell ekonomi
- I-sektionen
- I-sektionen LTU

Extern kommunikation:

- Sektionen för Industriell ekonomi vid Luleå tekniska universitet

Namn

Och kommunikation

Sektionen för Industriell ekonomi vid Luleå tekniska universitet använder olika namn beroende på om vi kommunicerar internt eller externt. Vid extern kommunikation är det viktigt att hela namnet används för att undvika att förknippas med andra organisationer eller föreningar med liknande namn.

Logotyper

Vi är I-sektionen

Logotypen får under inga omständigheter ritas om i efterhand. Standardlogotypen som sektionen erhåller innefattar både symbolen och texten.

Logotypen gör sig bäst mot en vit eller ljus bakgrund. Vid de tillfällen detta inte fungerar finns det en helsvart och helvit version att tillgå.

Standardlogotypen bör användas vid extern kommunikation då den på ett bättre sätt än märket visar på vilka vi är.

Logotypens betydelse:

Kvadraten motsvarar alla "hårda" ämnen i vår utbildning, såsom exempelvis fysik, kemi och matematik. Den vita utskärningen i kvadraten motsvarar alla "mjuka" ämnen såsom exempelvis management. Cirkeln utanför symboliserar en I:ares förmåga att tänka utanför boxen.



Märken

Ett alternativ till logotyp

För tillfällen då det råder platsbrist eller i studentikosa sammanhang där standardlogotypen inte anses lämpad kan märket användas istället. Märket består av enbart symbolen, antingen med eller utan text. Märket ska användas främst vid intern kommunikation och finns i färg, svartvitt och inverterad.

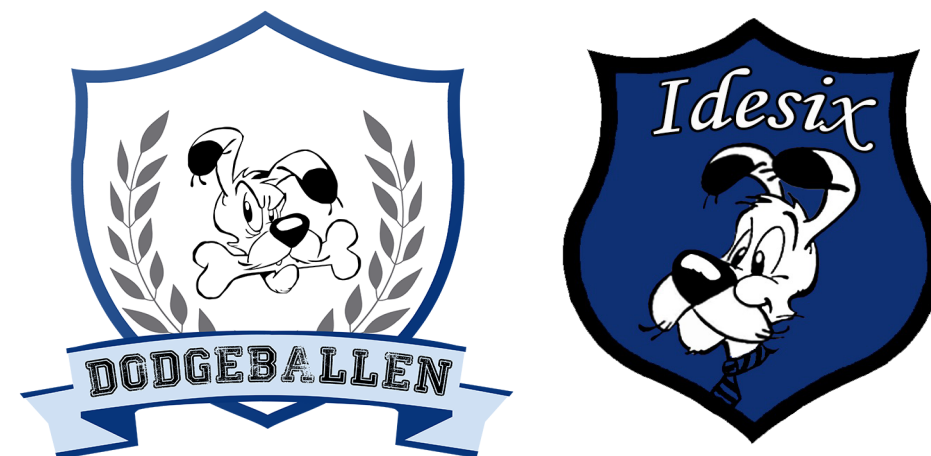


Interna logotyper

Utskott och kommittéer

Många av sektionens utskott och kommittéer erhåller egna logotyper i syfte att marknadsföra sig internt inom sektionen. Det är mycket viktigt att dessa logotyper tydligt förknippas med I-sektionen och därför, i så stor utsträckning som möjligt, följer sektionens grafiska profil.

Vid framställning av en ny intern logotyp skall en god kontakt med sektionens PR-utskott upprätthållas, samt skall PR-utskottet godkänna logotypen innan denna blir offentlig.



Färger

I-sektionens huvudfärg är och har alltid varit blå. Förutom den blå färgen har vi ett antal komplementfärger som kan användas vid utformning av affischer och annat material.

CMYK: Används vid tryckproduktion.

RGB: För publicering i digitala medier.
Färgerna angivna hexadecimalt.

HEX: För webben, tonvärden anges hexadecimalt.

Pantone: När det är extra viktigt med exakt rätt färg. Pantone är angivet mest som kuriosita, normalt sätt används CMYK vid tryck.

CMYK: 100, 82, 0, 30
RGB: 6, 53, 122
HEX: #06357A
Pantone 2757

CMYK: 17, 6, 0, 0
RGB: 207, 224, 243
HEX: #CFE0F3
Pantone 2707

CMYK: 0, 2, 0, 68
RGB: 113, 112, 116
HEX: #717074
Pantone Cool Grey 11

CMYK: 0, 100, 96, 28
RGB: 181, 18, 27
HEX: #B5121B
Panone 1807

CMYK: 0, 27, 12, 0
RGB: 250, 197, 198
HEX: #FAC5C6
Pantone 1767

CMYK: 68, 0, 100, 24
RGB: 67, 150, 57
HEX: #439639
Pantone 363

CMYK: 27, 0, 38, 0
RGB: 189, 222, 177
HEX: #BDDEB1
Pantone 358

Typografi

En stil som definierar

Till rubriker används typsnittet Arial Bold och till brödtext används Adobe Garamond Pro Regular. Vi skall alltid eftersträva att använda dessa typsnitt. För interna dokument kan kraven på exakt rätt typsnitt vara lite lösare, men eftersträva alltid att använda korrekta typsnitt för att stärka varumärket. De kan varieras kursivt och eller fetstilt.

Arial Regular

Arial Italic

Arial Bold

Arial Black

Adobe Garamond Pro Regular

Adobe Garamond Pro Italic

Adobe Garamond Pro Bold

Vid framställning av grafiskt material till interna event får andra typsnitt användas om man bedömer att detta medför att eventet blir mer tilltalande för sektionens medlemmar. Dock skall det i så fall tydligt framgå att det är Sektionen för Industriell ekonomi som arrangerar eventet.

Profilprodukter



Sektionens PR-utskott har det huvudsakliga ansvaret för sektionens profilprodukter. Profilprodukter som framställs i sektionens namn skall alltid följa den grafiska profilen som sektionen erhåller.

Profilprodukter såsom exempelvis märken skall i så liten omfattning som möjligt omkonstrueras. Detta för att dessa produkter skall vara enhetliga genom alla år.

Uppförandekod

Att representera Sektionen för Industriell ekonomi

Genom ett sektionsengagemang representerar du även sektionen som varumärke. Det är därför viktigt att du, vid sektionsrelaterade beslut, ibland kan avvika från din personliga uppfattning och alltid agerar för sektionen och varumärkets bästa.

Det är även viktigt att du som engagerad, utöver den grafiska profilen, även följer de regler, stadgar och reglementen som sektionen erhåller.

Signaturer och mallar

För att underlätta ett enhetligt utseende på dokument och presentationer som I-sektionen producerar finns ett antal mallar att följa. Mallarna återfinns via denna länk:

<https://goo.gl/AY7Lql>

Visat namn: Postspecifikt namn, ex:
Ordförande Arbetsmarknad – Sektionen för Industriell ekonomi vid
Luleå tekniska universitet

Standardsignatur för sektionsordförande:

Namn Efternamn

Ordförande för XX 20XX/20XX

Sektionen för Industriell ekonomi

Luleå tekniska universitet/Teknologkåren, 971 87 Luleå

Tel: 070-XXXXXXX

E-post: XX@i-sektionen.se

Hemsida: i-sektionen.se



Visat namn: Utskotts/kommitté - specifikt namn, ex:
Arbetsmarknadsutskottet – Sektionen för Industriell ekonomi vid
Luleå tekniska universitet

Standardsignatur för utskottsmedlemmar:

Namn Efternamn

Titel för XX 20XX/20XX

Sektionen för Industriell ekonomi

Luleå tekniska universitet/Teknologkåren, 971 87 Luleå

Tel: 070-XXXXXXX

E-post: XX@i-sektionen.se

Hemsida: i-sektionen.se



Vi signaturmallar skall typsnittet ”Normal/serif” användas och färgen som används är #666666. Sektionens logotyp skall vara proportionerlig enligt bild ovan.