

Nová vizuální identita Univerzity Karlovy rozproudí univerzitní i fakultní marketing

2.10.2023 - | Fakulta tělesné výchovy a sportu UK

Jakkoli přinese nové propagační logo Univerzity Karlovy čerstvý vítr do marketingových plachet, historické pečeti jako oficiálního loga se univerzita nevzdává a bude jej i nadále používat na oficiálních dokumentech, diplomech apod. Prostor pro sjednocení propagační linie se otevřel i fakultám a součastem UK.

Univerzita Karlova doposud vedle své historické prezentace postrádala současnější propagační rovinu, která by jednotně a přátelsky oslovovala také uchazečky a uchazeče, studentky a studenty, absolventky a absolventy i širokou veřejnost. Jedním z hlavních strategických cílů připravované Strategii marketingu UK bylo proto moderní, efektivní, ale zároveň na historii odkazující sjednocení doposud zcela roztržštěné vizuální prezentace.

Propagační logo obvykle sestává ze zjednodušeného loga a tzv. logotypu, tedy nápisu spojeného s grafickým prvkem. Oficiální historickou a jednodušší propagační vizuální identitu mají nejen zahraniční univerzity, ale i řada firem či evropské metropole. Univerzita Karlova má v komunikační rovině prezentace oproti mnoha vysokým zahraničním školám, a bohužel i univerzitám v ČR, velkou rezervu, např. i Masarykova univerzita disponuje již několik let tzv. brandcloudem a garantem vizuální identity (tzv. brandmanagemerem). Jako jedna z mála obdobně velkých univerzit v Evropě UK komunikační propagační „brand“ doposud postrádala. To se nyní změní.

Svou propagační složkou se UK zařadila mezi světové univerzity, které dbají na jednotné a přátelské oslovení uchazečů, alumni a veřejnosti.

Novou vizuální identitu tvoří propagační logo, jasně definovaná barevnost, paleta rastrů, písma, a tedy tzv. logotyp ve svých příslušných 4 variantách včetně jeho anglické mutace. Postupně (ke konci roku 2024) vznikne i nově navržené písmo s názvem Universitas Carolina. To vše při zachování úcty k historické pečetě UK.

Vše v nové propagační rovině vychází z historické pečeti – korunka, barevnost, vzor stěny pečeti se stal podkladem pro zdobné rastry.

Propagační logotyp UK vychází z podoby stylizované svatováclavské koruny zakladatele Univerzity Karlovy Karla IV. Nejstarší a nejvýznamnější součást českých korunovačních klenotů je odvozena z historického znaku UK a je geometricky zjednodušená. Logotyp dále zahrnuje název univerzity, resp. jeho zkratku (pro českou variantu zkratka „UK“, pro anglickou variantu pak zkratka „CU“). Typografická část logotypu UK je tvořena fontem Larken Serif a svým „patkovým“ zakončením propojuje odkaz na font Bodoni, který je používán v reprezentativní složce UK.

Geneze korunky na propagačním logu. Koruna vychází z historické pečeti. Kdo jiný, než Univerzita Karlova má tedy nárok korunku používat? UK *1348!

OVV RUK nyní základní krok celého konceptu propagačního loga UK dokončilo. Na adrese <https://pr.cuni.cz/brand> vznikl zcela nový rozcestník, kde lze najít Grafický manuál Jednotného propagačního vizuálního stylu Univerzity Karlovy (JPVS UK), ale i kompletní podklady ke stažení, vzorníky pro tiskoviny, ukázky užití a příklady dobré praxe. Kromě toho je zde celouniverzitně dostupný také nový koncept podpory pro fakulty – tzv. Brandcloud UK. OVV RUK také zajistí osobu

tzv. univerzitního brand managera, který bude k dispozici pro otázky spojené s problematikou logomanuálu.

Vizualizace propojení pečeti a propagačního loga na propagačních předmětech.

Pro každodenní použití bylo vybráno písmo/font Silka, které je vytvořeno v klasické verzi i ve variantě pro webové rozhraní. OVV RUK zakoupilo celouniverzitní licenci pro užití tohoto fontu, aby mohl být využit pro propagační účely napříč celou UK. Jako doplňkové písmo bylo zvoleno Gill Sans MT, které odkazuje na písmo z reprezentačního stylu UK (je zde užito též jako zástupné písmo). Tím dochází k propojení obou složek prezentace.

Užití propagačního loga už odstartovalo i na řadě fakult a součástí UK. Pro všechny je podstatné, že mohou propagační brand využít zcela v souladu s celým konceptem jako svůj výhradní způsob propagační prezentace. Pokud již fakulta či součást UK má vlastní vizuální styl vypracovaný, mohou fakultní a univerzitní styly koexistovat za dodržení „propagačního minima“, tedy přidáním prvků Jednotného propagačního vizuálního stylu UK (JPVS UK). Ujednotí se tak komunikace fakult a UK navenek.

(Fakulty, součásti a UK) Patříme k sobě.

V novém vizuálním stylu už je připravena i nová modulární expozice Univerzity Karlovy na náborové veletrhy Gaudeamus v ČR a na Slovensku, s možností využití pro další akce (např. pro akci Na Karlovku, do Kampusu Hybernská a na popularizační akce a aktivity v rámci naplňování třetí role univerzity.).

Nová modulární expozice ve své střední podobě nejen pro náborové veletrhy.

Využití propagační varianty v šablonách MS.

Velkou výhodou nového propagačního systému je jeho evoluční vznik. Takový postup je pro mnohvrstevnou a širokospektrovou univerzitu pružný a pro celkové sjednocení vizuálního stylu také finančně nejméně náročný.

<https://ftvs.cuni.cz/FTVS-68.html?locale=cz&news=19775>