



Poz. 271

**ZARZĄDZENIE NR 110  
REKTORA UNIwersytetu Warszawskiego**

z dnia 9 października 2018 r.

**w sprawie zmiany zarządzenia nr 1 Rektora Uniwersytetu Warszawskiego  
z dnia 2 stycznia 2017 r. w sprawie wprowadzenia  
Systemu identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Warszawskiego**

Na podstawie § 35 Statutu Uniwersytetu Warszawskiego (Monitor UW z 2015 r. poz. 150 z późn. zm.) zarządza się, co następuje:

§ 1

W załączniku nr 2 do zarządzenia nr 1 Rektora Uniwersytetu Warszawskiego z dnia 2 stycznia 2017 r. w sprawie wprowadzenia Systemu identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Warszawskiego (Monitor UW z 2017 r. poz. 1) strony 10 i 11 oraz 37-42 otrzymują brzmienie określone w załączniku do zarządzenia.

§ 2

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

Rektor UW: *M. Pałys*

# Kroje pisma / materiały drukowane

## Podstawowy krój pisma / materiały drukowane

Podstawowymi krojami pisma w identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Warszawskiego są **Arimo** i **Roboto**. Stosowane są one w komunikacji promocyjnej (drukach ATL i BTL) oraz w akcydensach. Wykorzystywane są wszystkie dostępne odmiany kroju:

Arimo Regula  
Arimo Bold

Roboto Thin  
Roboto Thin Italic  
Roboto Light  
Roboto Light Italic  
Roboto Regular  
Roboto Regular Italic  
Roboto Medium  
Roboto Medium Italic  
Roboto Bold  
Roboto Bold Italic  
Roboto Black  
Roboto Black Italic

## Uzupełniający krój pisma / materiały drukowane

Uzupełniającym krojem pisma w identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Warszawskiego jest **Playfair Display**. Wykorzystywane są wszystkie dostępne odmiany kroju:

- Playfair Display Normal  
- Playfair Display Bold  
- Playfair Display Ultra-Bold

**Arimo Regular:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Arimo Bold:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Thin:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Thin Italic:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Light:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Light Italic:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Regular:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Regular Italic:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Medium:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Medium Italic:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Bold:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Bold Italic:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Black:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Roboto Black Italic:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Playfair Display Normal:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Playfair Display Bold:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Playfair Display Ultra-Bold:** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

# Kroje pisma / materiały elektroniczne i internet

## **Podstawowy krój pisma / materiały elektroniczne w postaci prezentacji oraz strony www**

Podstawowym krojem pisma w materiałach elektronicznych i internecie jest Open Sans. Stosowany jest on przy prezentacjach PPT oraz stronach www. Wykorzystywane są następujące odmiany kroju:

- Open Sans Light
- Open Sans Normal
- Open Sans Semi Bold
- Open Sans Ekstra Bold

## **Zastępczy krój pisma / materiały elektroniczne i internet**

Zastępczym krojem pisma w materiałach elektronicznych i internecie jest Arial. Wykorzystywane są następujące odmiany kroju:

- Arial Regular
- Arial Bold

## **Uzupełniający krój pisma / materiały elektroniczne i internet**

Uzupełniającym krojem pisma w materiałach elektronicznych i internecie jest Times New Roman. Wykorzystywane są następujące odmiany kroju:

- Times New Roman Regular
- Times New Roman Italic

## **Open Sans Light**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Open Sans Normal**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Open Sans Semi Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Open Sans Extra Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

## **Arial Regular**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Arial Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

## **Times New Roman**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Times New Roman Italic**

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

# Oznakowanie filmów

Wytyczne dotyczą filmów UW pojawiających się w oficjalnym kanale Youtube uczelni:  
<https://www.youtube.com/UWpromocja>

## Elementy obowiązkowe

- logo UW w wersji polskiej lub angielskiej umieszczone przed filmem

## Elementy opcjonalne

- dodatkowe logo (wydział, jednostka)
- podstawowe dane do nagranych wydarzeń (tytuł / nazwa wydarzenia, data, nazwiska występujących osób) z użyciem podstawowego kroju pisma dla materiałów elektronicznych (Open Sans Light, Open Sans Normal, Open Sans Semi Bold, Open Sans Ekstra Bold)

Zaleca się, aby miniatury uniwersyteckich filmów, które znajdują się w sieci, obradowane były logo UW umieszczonym na półprzezroczystej apli (50% przezroczystości).



*Plansza tytułowa, rozpoczynająca film*



*Plansza tytułowa z dodatkowym logo, rozpoczynająca film*



*Przykładowa miniatura filmu w sieci z logo na półprzezroczystej (50%) apli*

# Media społecznościowe

Wytyczne dotyczą fotografii pojawiających się w oficjalnych kanałach społecznościowych uczelni:

Facebook: <https://www.facebook.com/fanpageUW>

oraz Instagram: <https://www.linkedin.com/universytetwarszawski>

## Facebook

Zdjęcia umieszczane na oficjalnym kanale uczelni mogą być opatrzone specjalną ramką oraz logo UW na białej apli.

W związku ze zróżnicowaniem materiałów pojawiających się na fanpage'u UW użyć zaprojektowanego szablonu jest zalecane, ale nie wymagane.

Pojawiające się cykle, wymagające oprawy fotograficznej, mogą mieć swoje własne obramowanie. Fotografie przysyłane przez użytkowników FB każdorazowo wymagają akceptacji ewentualnego umieszczenia ich w zaprojektowanym na potrzeby UW szablonie.

Zaleca się używanie następujących hasztagów:

#UniwersytetWarszawski

#jestemzUW

#universityofwarsaw

## Instagram

Ze względu na charakter tego kanału społecznościowego zaleca się umieszczanie zdjęć bez dodatkowych elementów graficznych. Aby zbudować duży zasięg w mediach społecznościowych na kanale Instagram wszystkie jednostki zachęcamy do używania ogólnouniwersyteckich hasztagów:

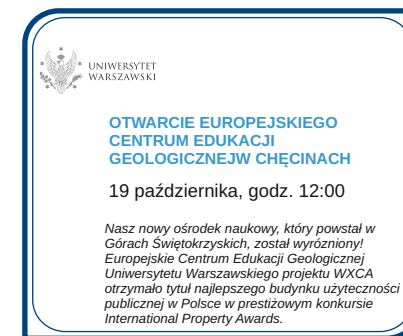
#UniwersytetWarszawski

#loveUW

#jestemzUW

#universityofwarsaw

#UW.



# Strony www

Na potrzeby stron jednostek uniwersyteckich lub pracowników prowadzących projekty stworzono szablon (CMS WordPress), który pozwoli ujednoczyć graficznie internetowe serwisy uczelni. Można z niego skorzystać, tworząc stronę w ramach centralnego systemu, prowadzonego przez Dział Sieci Komputerowych UW.

Na stronach internetowych jednostek UW - o ile nie są wykonane na bazie zalecanego szablonu uniwersyteckiego - wymagane jest umieszczenie logo UW w widocznym miejscu. Logo UW należy opatrzyć hiperlinkiem do strony głównej Uniwersytetu Warszawskiego ([www.uw.edu.pl](http://www.uw.edu.pl) lub [www.en.uw.edu.pl](http://www.en.uw.edu.pl)).

## Elementy obowiązkowe

- logo UW podstawowe lub uzupełniające, będące hiperłączem do strony głównej UW

# Ogólne zasady i wytyczne

Uniwersytet Warszawski w zakresie projektowania:

- druków okolicznościowych,
- akcydensów,
- plakatów,
- rollupów,
- ogłoszeń prasowych
- czy innych, niewymienionych tu materiałów graficznych

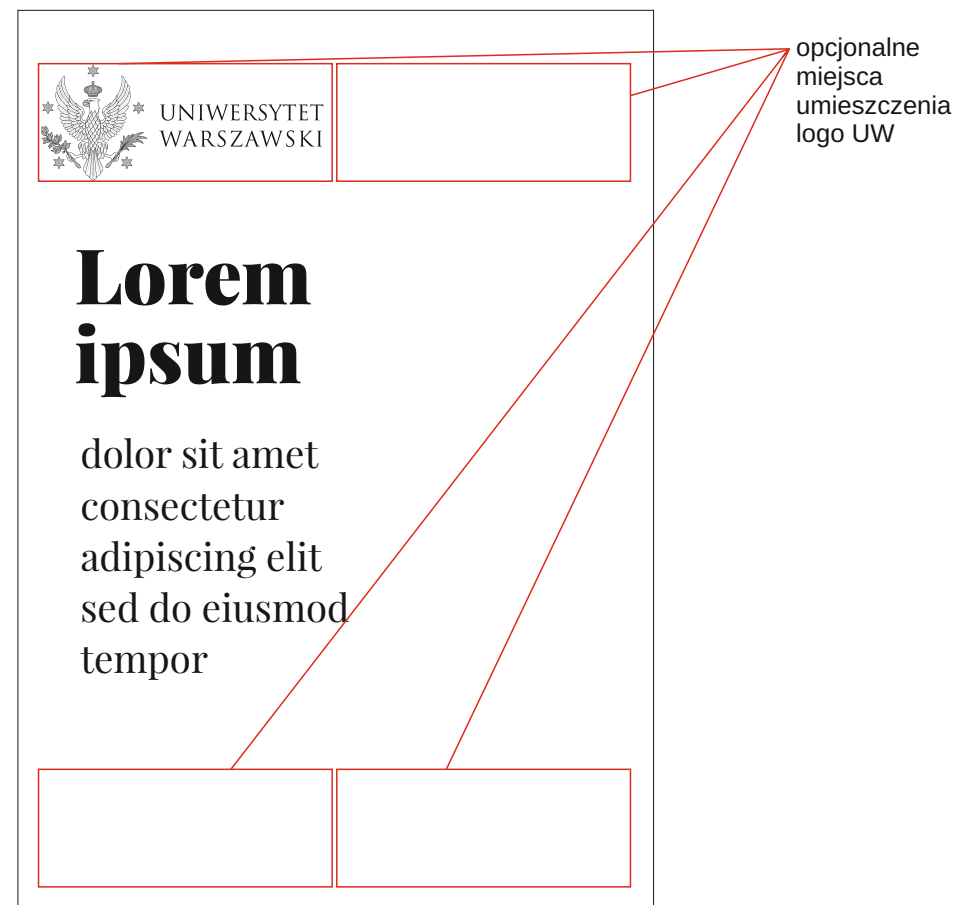
zastrzega sobie prawo do egzekwowania umieszczenia na nich logo UW w prawym górnym/dolnym lub lewym górnym/dolnym rogu (w przypadku wielokolorowego tła zawsze na białej apli). Logo musi być dostosowane w proporcjach do przyjętego formatu.

Umowy, sygnowane przez władze UW, w nagłówku winny mieć logo UW pełne podstawowe, wycentrowane, umieszczone w górnej części dokumentu. Dopuszcza się przesunięcie logo UW w jedną ze stron i umieszczenie obok niego innego wymaganego znaku.

Ogólnouniwersyteckie gadżety oraz odzież wymagają stosowania logo UW w wersji podstawowej lub uzupełniającej, bądź też napisu UNIWERSYTET WARSZAWSKI. W przypadku gadżetów okolicznościowych, po konsultacji z Biurem Promocji, dopuszczalne są projekty bez logo UW.

Materiały dotyczące polskich odbiorców powinny zawierać logo polskie. W przypadku odbiorców międzynarodowych zaleca się stosowanie logo w wersji angielskiej.

Materiały promocyjne i informacyjne jednostek UW (w tym strony internetowe) wymagają konsekwentnego stosowania jednej z wybranych wersji logo: logo podstawowego lub uzupełniającego. Nie dopuszcza się, aby w jednym materiale promocyjnym lub informacyjnym (w tym na stronie www) widniały jednocześnie obie wersje logo (podstawowe i uzupełniające).



Wizualizacja przykładowego projektu ze wskazaniem opcjonalnych miejsc na logo UW

# Kontakt





# Kontakt

Wszystkie materiały związane z identyfikacją wizualną UW są dostępne w Biurze Promocji UW a także na stronie [www.promocja.uw.edu.pl](http://www.promocja.uw.edu.pl). W przypadku wątpliwości dotyczących Księgi Znaków UW i Księgi Identyfikacji Wizualnej UW, zasad stosowania logo, sposobu jego eksponowania i wszelkich innych pytań dotyczących marki UW - prosimy o kontakt:

**Biuro Promocji UW**

Krakowskie Przedmieście 26/28, Pałac Kazimierzowski, parter, pok. nr 8

[promocja@uw.edu.pl](mailto:promocja@uw.edu.pl)

tel. 22 55 24 064, 22 55 24 062, 22 55 24 031

[www.promocja.uw.edu.pl](http://www.promocja.uw.edu.pl)