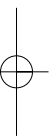
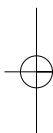
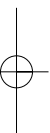


PUBLICIDAD



La Publicidad es el medio visual donde la imagen de la identidad, da una mayor importancia y coherencia a la existencia de este manual.





Debido a la amplia gama de posibilidades gráficas que ofrece el campo publicitario, y respetando la creatividad de los alumnos y profesionales que intervengan en la realización de las diversas exposiciones, trabajos para el centro de manera didáctica, no se pretende desde aquí marcar pautas que de alguna forma puedan coartar la capacidad de los creativos ni el desarrollo de los trabajos publicitarios que se les encomienden.

Por ello sólo se ofrecen las normas para que las Marcas de la **Comunidad de Madrid**, la **Unión Europea** y sobre todo la del centro **IES Puerta Bonita** de la Identidad Corporativa sean utilizados de manera coherente y sistematizada en todos aquellos proyectos que se planteen. Todos los tipos de comunicación publicitarias incluirán las Marcas, tanto si los soportes son medios impresos, como si se utilizan medios audiovisuales para su difusión.

Nota: *Estos recursos que aplicaremos en esta sección no son de aplicación fija, debido al carácter didáctico del centro. Ya que se dedica precisamente a la enseñanza estas materias, por lo que se les reserva un espacio creativo para que los alumnos puedan desarrollar con total libertad sus ideas.*

En la **publicidad impresa (ARG)** se contemplan varios apartados:

- Cartelería
- Publicidad en medios de comunicación
- Folletos, libros, encartes, revistas, etc.

La **publicidad audiovisual (CIS)** incide en tres grupos diferenciados:

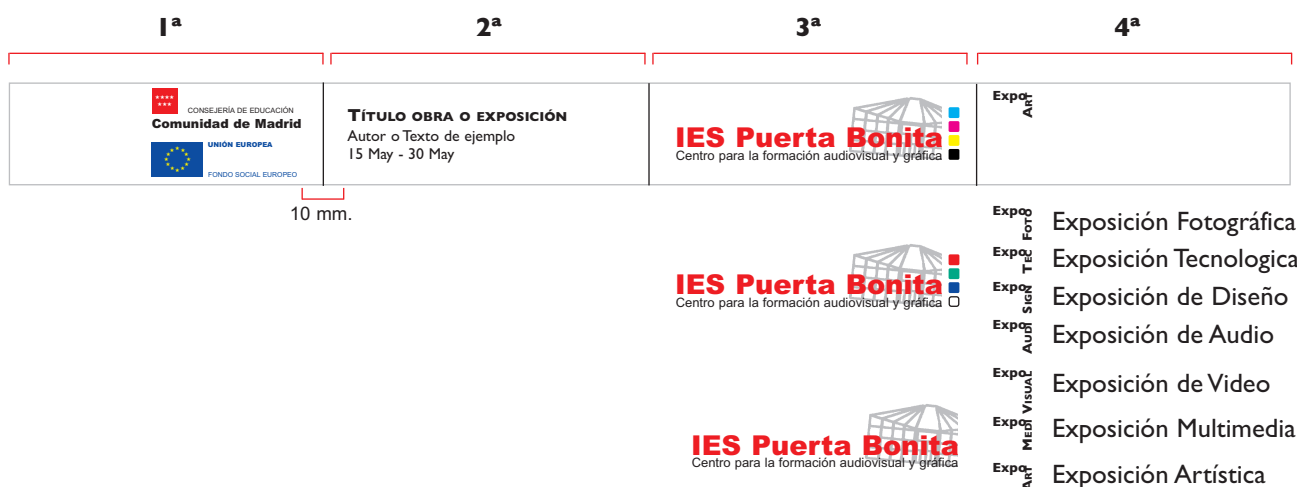
- Soporte de vídeo
- Soporte de audio
- Soporte Multimedia o Web

PUBLICIDAD

CARTELERÍA

Debido al carácter didáctico del centro y que la publicidad es a veces realizada por los propios alumnos, se utilizará una mancheta de 25 mm de alto y de ancho a sangre del documento. El fondo de color blanco que se divide en 4 partes:

- La primera (1ª) de las partes es donde están situados marcas de la **Comunidad de Madrid** y de la **Unión Europea**, estas irán alineadas verticalmente una sobre otra respectivamente y al centro de la mancheta.
- La segunda (2ª) de las partes se incluirá la señas informativas del evento que se anuncie, donde
- La tercera (3ª) de las partes corresponderá a la Marca o submarcas IES Puerta Bonita según, si el tema a tratar en la publicidad corresponde a un tema de Audiovisuales o de Artes Gráficas o general al centro.
- Respecto la cuarta (4ª) parte corresponde a la referencia publicitaria.



CARTELERÍA ESTÁNDAR

PUBLICIDAD

En todo tipo de cartelera sea el formato que sea es recomendable utilizar la solución propuesta en esta página: debido a la flexibilidad de esta solución, además de servir una buena solución de las marcas sobre fondos complicados.

 **MODELO DE CARTELERÍA ESTÁNDAR**

Formato Vertical ▾



www.iespuertabonita.com

▾ Formato Horizontal



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

VALLAS PUBLICITARIAS O EXTERIORES

▼ Valla exterior 8 x 3 mts



▼ Valla exterior 4 x 3 mts



Los medios de comunicación más corrientes suelen ser los diarios o periodicos, por esté motivo su aplicación será en blanco y negro. En está página exp-nemos una muestra de anuncio.


■ ANUNCIO OFICIAL

www.iespuertabonita.com

TÍTULO


Subtítulo


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpalore t. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumm y nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpalore t. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

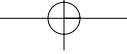

Comunidad de Medios
Comunidad de Medios

TÍTULO OBRA O EXPOSICIÓN
 Autor o Título de ejemplo
 15 May - 30 May

IES Puerta Bonita
Centro para la formación profesional y técnica

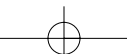
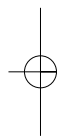
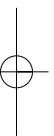

IES Puerta Bonita
Centro para la formación profesional y técnica


IES Puerta Bonita

 PUBLICIDAD

REVISTAS, FOLLETOS, ENCARTE Y OTROS

Respecto a otros medios de comunicación como son revistas, folletos, encartes y otras aplicaciones impresas no será necesario la utilización de la mancheta utilizada anteriormente, ya que este tipo de productos exactamente son realizados básicamente por los alumnos del centro. El hecho de no entorpecer las ideas de los alumnos es primordial, sin embargo los alumnos deben cerciorarse de las consignas aplicadas durante todo el manual, respecto a las marcas ya mencionadas respecto a su uso.



MEDIOS AUDIOVISUAL

PUBLICIDAD



En la publicidad audiovisual debe existir una concordancia con la idea de imagen que se aplican a la marcas durante todo el manual, como el uso de las tipografías y el estilo marcado y sobre todo fundamentalmente debe ser fiel a la concordancia existente entre logo y símbolo del **IES Puerta Bonita**.

Como se trata de un centro de estudios de ambos medios, debe existir una cohesión, una tolerancia de las materias frente a la misma idea y estilo marcado.

Lo único que hay que remarcar al medio audiovisual es la aplicación de la subsección de **CIS** en la realización de algún producto.



