

MITTUNIVERSITETETS GRAFISKA MANUAL

VERSION 1.2



VARUMÄRKET – VÅR UTGÅNGSPUNKT

En gemensam grafisk profil för Mittuniversitetet är viktig för att ge ett enhetligt uttryck i vår kommunikation med omvärlden. Genom att konsekvent arbeta utifrån dessa riktlinjer ökar vi igenkänningen och får bättre genomslag. Manualen som du nu har framför dig är framtagen för att underlätta och säkerställa ramarna för detta arbete. Här finns till exempel regler för hur logotyp och deviselement ska användas, vilka typsnitt som ska användas samt riktlinjer för hur accidensmaterial och våra mest använda trycksaker ska se ut. Du får också vägledning när det gäller bildmanér och textbudskap.

Mittuniversitetets grafiska profil återspeglar tanken om ett universitet som står för närhet, nyfikenhet och nytta. Här talar vi tydligt om vilka vi är, vad vi står för och var vi finns. För i bruset av all kommunikation gäller det att nå ut till våra målgrupper med ett relevant budskap – på mottagarens villkor, på rätt nivå, i rätt kanaler och där man är mottaglig för information. Innehållet i den grafiska manualen baseras på vår varumärkeshandbok "Mittuniversitetets varumärke", se www.miun.se/varumarket.

En grundregel är att Mittuniversitetet alltid är avsändaren i all kommunikation oavsett vilken institution/avdelning som producerar materialet. Tillsammans kan vi stärka varumärket och göra oss mer konkurrenskraftiga, såväl i regionen som nationellt och internationellt.

Med vänlig hälsning



Anders Söderholm
Rektor Mittuniversitetet

INNEHÅLL

Introduktion	
Varumärket – vår utgångspunkt.....	2
Innehåll.....	3
Logotyp och deviselement	
Logotyp och ljudlogotyp.....	4
Undervarumärken.....	6
Deviser.....	10
Grafiska element.....	12
Typsnitt.....	14
Färg och papper.....	16
Bilder	
Bilder.....	17
Profiltexter	
International students.....	22
Nationella studenter.....	22
Regionala studenter.....	23
Näringsliv.....	23
Myndigheter.....	24
Lokala opinionsbildare/allmänhet.....	24
Personalrekrytering.....	25
Accidensmaterial	
Brevpapper.....	26
Kuvert.....	27
Visitkort och korrespondenskort.....	28
Annonser	
Profilannonser.....	29
Utbudannonser/event.....	30
Platsannonser.....	31
Presentationsmaterial/Trycksaker	
Roll-up.....	32
Broschyr.....	33
Folder vikt A4.....	34
Vykort.....	35
Myndighetsdokument.....	36
Digitala medier/presentation	
Powerpoint-presentation.....	37
Banners.....	38
TV-grafik.....	39

LOGOTYP

Mittuniversitetets logotyp består av två element, den blå-gula symbolen och ordmärket, det vill säga namnet. Den blå-gula symbolen kan ses som en bild av den region vi verkar i, där det blå i symbolen kan vara både fjälltoppar (fjäll-regionen) och vågor på havet (kustregionen). Och det gula kan symbolisera solen och ljuset. Genom att symbolen vridits en aning bildas även ett M i mitten. Om det uppstår tveksamheter kring hur logotypen ska användas, kontakta ansvarig för grafiska profilen på universitetsledningens kansli.

Logotypvarianter

I en alltmer internationell miljö känns det naturligt att låta det engelska namnet vara en del av Mittuniversitetets logotyp. Därför består ordmärket både av det svenska och det engelska namnet med en skiljelinje däremellan. Huvudregeln är att den internationella logotypen ska användas i första hand. Av erfarenhet vet vi dock att det kan finnas tillfällen då det passar bättre att använda till exempel en engelsk eller en svensk variant av logotypen. Här visas ett antal varianter av logotypen och hur den används i färg, svart/vitt och mot svart bakgrund. Observera att den inte ska återges i färg på blå eller gul bakgrund.

Storlek

Minsta måttet för att återge logotypen är 30 mm bredd. Reproduceras logotypen i mindre skala blir läsbarheten inte tillräcklig. Proportionerna (bredden i förhållande till höjden) är fasta och får inte ändras.

Ljudlogotyp

Mittuniversitetets ljudlogotyp för bland annat radio och film finns att hämta på www.miun.se/logotyp eller klicka på länken nedan om du har manualen i ett pdf-format.

<http://www.miun.se/Global/Forvaltning/Universitetsledningens-kansli/Kommunikation/Guider/Ljudlogga.mp3.zip>

Internationell logotyp (används i första hand)



Logotypens frizon

För att logotypen ska komma till sin rätt är det viktigt att säkerställa en frizon runt om. Storleken på frizonen utgörs av höjden på versala "M" i ordmärket. Inga grafiska uttryck så som ramar, färgplattor eller liknande får förekomma innanför frizonen.



Svensk logotyp (används i undantagsfall)

Engelsk logotyp (används i undantagsfall)



UNDERVARUMÄRKEN

Det är viktigt att Mittuniversitetet är ett starkt och attraktivt varumärke hos våra partners, intressenter och målgrupper; till exempel blivande och nuvarande studenter och finansiärer. För att på bästa sätt vårda, utveckla och bygga en tydlig bild av Mittuniversitetet är vår strategi att ha ett samlat visuellt uttryck för alla verksamheter som organisatoriskt hör hemma inom universitetet.

Enhetlighet

Genom ett samlat visuellt uttryck blir vi tydligare i vår kommunikation och lättare att känna igen; allt som sker i universitetets regi är Mittuniversitetet. Det innebär att Mittuniversitetets logotyp ska vara avsändare i all kommunikation som vi producerar och publicerar. Se avsnitt A. Huvudregel.

I de fall enskilda verksamheter har ett specifikt behov av att kommunicera sitt namn så kan detta, efter samråd med Kommunikationsavdelningen, ske genom att lägga till verksamhetens namn under Mittuniversitetets logotyp. Se avsnitt B. Undantag.

I yttersta undantagsfall utvecklar vi undervarumärken. Dessa ska uppfylla fastställda kriterier och utformas enligt riktlinjerna nedan som syftar till att visa en tydlig "familjetillhörighet" till Mittuniversitetet. Se avsnitt C. Undervarumärken.

Det är inte tillåtet att ta fram och använda egna logotyper som avviker från denna fastställda ordning.

Syfte

Syftet med att konsekvent arbeta utifrån dessa riktlinjer är att öka Mittuniversitetets igenkänning och samtidigt utveckla och stärka såväl hela Mittuniversitetets som olika verksamheters identitet och nå ökad kännedom hos våra målgrupper.

Ansvar

Varumärket är en strategisk fråga och en tillgång som ytterst förvaltas av styrelse och rektor. Rektor har det huvudsakliga ansvaret och fattar de beslut som rör varumärket och utveckling av undervarumärken.

Kommunikationsavdelningen vägleder; utvecklar och förvaltar i varumärkesfrågor samt säkerställer att riktlinjerna för varumärket implementeras i organisationen.

Dekaner, avdelningschefer och föreståndare för forskningscentra ansvarar för att riktlinjerna följs inom sin del av verksamheten.

A. HUVUDREGEL

Mittuniversitetets logotyp ska vara avsändare i all kommunikation som vi producerar och publicerar; för undantag, se avsnitt B, C och D. Huvudregeln är att den internationella logotypen nedan alltid ska användas i första hand och alltid i marknads-kommunikation gentemot presumtiva studenter. Det innebär att enskilda utbildningsprogram ska använda denna logotyp i sin kommunikation. Se anvisningar på sida 4–5.



B. UNDANTAG

När enskilda verksamheter; forskningscentra, forskningsprojekt eller temporära sammanslutningar har ett specifikt behov av att kommunicera sitt namn så gör vi det genom att lägga till namnet under Mittuniversitetets logotyp enligt exemplen nedan. Utbildningsprogram omfattas inte av detta undantag, de ska använda huvudlogotypen enligt avsnitt A i sin kommunikation.

Det specifika behovet ska utgå ifrån att avsändartillägget i logotypen behövs för att underlätta för mottagaren av kommunikationen. Det kan exempelvis vara så att man riktar sig till en särskild målgrupp där verksamhetens namn behöver framgå tydligt. Detta alternativ är således inget generellt undantag från huvudregeln som ordinarie avdelningar fritt kan använda sig av. Framtagande av den här typen av logotyp ska ske i samråd med Kommunikationsavdelningen.

Namnet under logotypen sätts i typsnittet Myriad Pro Regular; i samma grad som Mid Sweden University i vår huvudlogotyp. Verksamhetens namn kan vid behov skrivas på två rader:



C. UNDERVARUMÄRKEN

I yttersta undantagsfall utvecklar vi egna undervarumärken till varumärket Mittuniversitetet. Det gäller för verksamhet av betydande och strategisk karaktär som har potentialen att stärka Mittuniversitetets varumärke, i första hand formellt inrättade forskningscentra och Mittuniversitetets holdingbolag. De ska då ha en tydlig visuell familjetillhörighet till Mittuniversitetets logotyp samt en gemensam svensk eller engelsk tag line. Se exemplen nedan.

Undervarumärket ska utformas enligt de krav, kriterier och grafiska riktlinjer som finns beskrivna nedan. Undervarumärken skapas enbart i nära dialog med kommunikationsavdelningen och fastställs genom beslut av rektor.

Godkända undervarumärken finns presenterade på www.miun.se/grafiskprofil.

Krav och kriterier för framtagande av undervarumärke:

- Undervarumärken ska tillföra något som Mittuniversitetet saknar eller själv inte kan tillföra. Det ska finnas ett väl definierat "kundbehov" av ett undervarumärke som exempelvis kommunikation mot en målgrupp eller marknad där varumärket Mittuniversitetet har svårt att nå fram.
- Nya undervarumärken ska ha tydliga och väl definierade målgrupper och segment som de har för avsikt att attrahera och ha relationer med. Med andra ord skapar vi inte varumärken utifrån våra interna behov utan utifrån strategiska överväganden hur vi bäst når våra intressenter.
- Våra undervarumärken är inte tidsbegränsade i sin existens, de har inget definierat slutdatum.
- Brittisk engelska ska användas vid översättning av namn på verksamheter till engelska.
- Namnet och varumärket ska juridiskt skyddas som ett eget varumärke.
- Ett undervarumärke ska ha en egen delwebb med adress miun.se/namn. I all kommunikation är det denna webbadress som ska användas.
- Det egna namnet ska registreras som webbadress med .se, .com och .eu för att skydda namnet och förenkla sökning av verksamheten. Kommunikationsavdelningen ansvarar för att domänerna registreras och leder in till den officiella delwebb-adressen.
- Undervarumärken ska kunna bära sina egna kostnader.

Grafiska riktlinjer för undervarumärken:

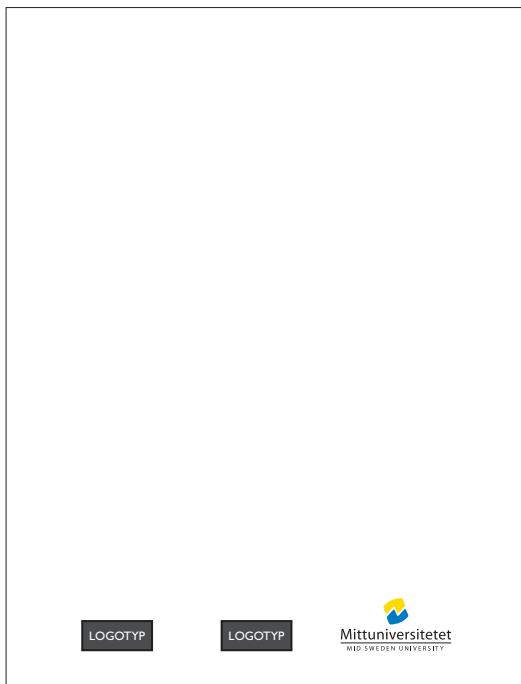
- Symbolen ska använda Mittuniversitetets färger Blå CMYK 100-44-0-0, Gul CMYK 0-16-100-0.
- Minsta måttet för att återge logotypen är 35 mm bredd. Reproduceras logotypen i mindre skala blir läsbarheten inte tillräcklig.
- Ordbilden, alltid till höger; ska vara svart och sättas i Myriad Pro Regular. Texten ligger på max fyra rader och centreras alltid i höjddled gentemot symbolen.
- Antingen svenska eller engelska ska användas genomgående i logotypen. Om verksamhetens namn i logotypen är på svenska eller engelska styr vilket språk som används i tag linen. Mittuniversitetets gemensamma tag line avgör logotypens bredd, inga objekt eller texter får vara bredare.
- Egna textbudskap/deviser får inte förekomma i logotypen.
- Undervarumärken kan precis som vår huvudlogotyp användas mot mörk bakgrund. Underlogotypens ordbild och/eller symbol byter då färg från svart/färg till vit. Se logotyper mot mörk bakgrund på sida 4.



D. SAMPROFILERING

Vid samprofilering med andra universitet, myndigheter, organisationer eller företag gäller följande:

- När Mittuniversitetet är huvudman ska vår grafiska profil följas.
- Mittuniversitetets logotyp ska vara fristående och exponeras med angiven frizon.
- När Mittuniversitetet är en av två eller flera jämbördiga parter ska en överenskommelse göras om vilken visuell identitet som ska följas.
 - När det är många samarbetspartners kan parterna komma överens om att inte publicera logotyper utan endast skriva en samarbetsSignatur: "Ett samarbete mellan Namn, Namn, Namn ..."
- För projekt som delfinansieras av EU finns grafiska riktlinjer på Tillväxtverkets hemsida: (<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/euprogram/drivaprojekt/genomforaprojekt/grafiskariktlinjer>).



Exempel på samprofilering när Mittuniversitetet är huvudman.

DEVISELEMENT

Devisen sammanfattar vad Mittuniversitetet står för och är ett samlat uttryck för vilka vi är. Den ska användas så ofta som möjligt i vår kommunikation. För att ytterligare stärka varumärket och den känsla vi vill förmedla har vi valt att grafiskt placera devisen tillsammans med webbadressen. Det gör att den sticker ut, får tyngd och håller ihop våra budskap i den totala, samlade kommunikationen.

Användning

Mittuniversitetets deviselement (miun.se och Upptäck dina möjligheter) används för att komplettera logotypen. Devisen finns både på svenska och engelska. Grafiskt används den alltid tillsammans med miun.se, aldrig separat. Mittuniversitetets deviselement används företrädesvis i samband med Mittuniversitetets logotyp, men kan också

få förekomma separat vid tillfällen när det är tydligt att Mittuniversitetet är avsändare. Det kan vara till exempel i animerade webbanners och TV-grafik (sid 34–35) eller på profilprodukter och give aways.

I det material som används i studentrekryterande syfte kan även Mittuniversitetets Facebookadress exponeras.



Exempel på användning av deviselement i annonser.

**NEW YORK,
STOCKHOLM,
VEMDALEN ...**

VÄLJ BLAND HUNDRATALS KURSER OCH PROGRAM, MÅNGA AV DEM HELT UNIKA.

**PLUGGA DÄR DU VILL VARA –
MED ETT AV LANDETS STÖRSTA UTBUD
AV DISTANSUTBILDNINGAR.**

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER
FACEBOOK.COM/MITTUNIVERSITETET

Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

FOTO: CARINA HEDBERG

**LORUM
ISUMSERA
LOTRALU**

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

UTBILDNINGEN GER DIG:

- arbetslivskontakter, praktik och nätverk
- stora möjligheter till utlandspraktik/utlandsstudier
- breda kunskaper för arbete inom stora delar av turismnäringen
- stark forskningsmiljö, ETOUR.

Mer information om våra utbildningar hittar du på WWW.MIUN.SE/SHV

Tag gärna kontakt med oss på Institutionen för samhällsvetenskap 063-16 53 66 så berättar vi mer.

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER

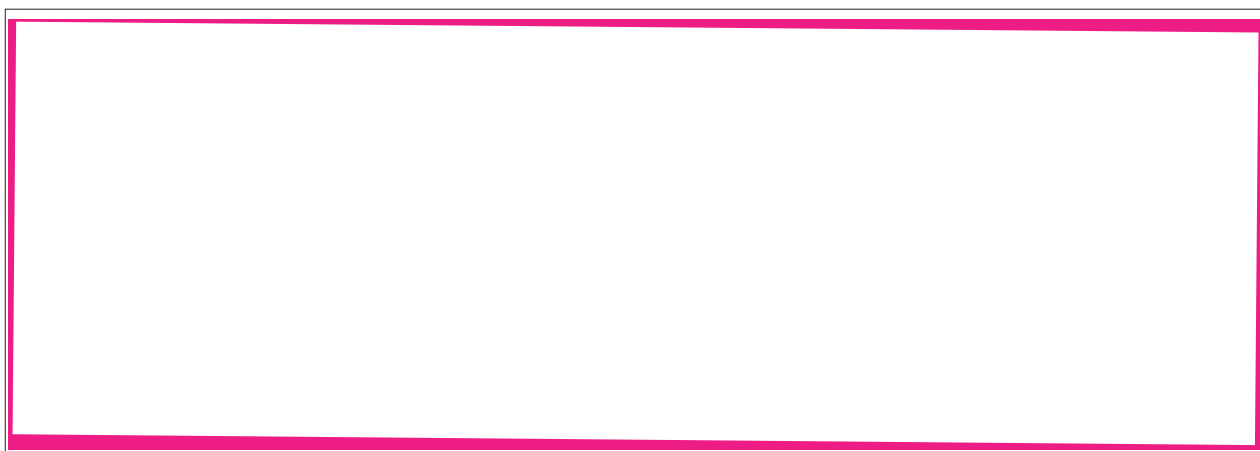
Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

GRAFISKA ELEMENT

Mittuniversitetets grafiska element i form av snedställda rubriker, nedtryckare på heltäckande plattor och ramar i olika färger är en del i den grafiska profilen. Dessa förstärker vårt grafiska uttryck och visar tydligt att det är vi som är avsändare.

Ramen

Ramen används som ett dekorelement runt bilder eller som inramning av en yta. Ramen består av en färgad platta i botten som täcker satsytan. Ovanpå denna ligger en vit alternativt färgad tonplatta som är vriden -0,5 grader. Se exempel nedan.



**TA VARA PÅ
KRAFTEN.
DIN EGEN.**

Kampanjrubriken

Rubrikformatet används bland annat i annonser, till framsidor på broschyrer, i storbildsmedia och digital media. Rubriken sätts i Gill Sans STD Bold Condensed. Avståndet mellan bokstäverna justeras till -70. Individuella bokstäver kan behöva justeras för att öka tydligheten och harmonin i den satta rubriken. Radavståndet ska vara så litet som det går utan att förlora läsbarheten. Om Å, Ä och Ö ligger på underraderna och krockar med ovanstående text kan radavståndet ökas, alternativt justeras i sidled för att öka läsbarheten. Linjebredd ska motsvara 1 pkt i 50 pkt storlek. Linjen ska justeras mot ytterkant. Vridning ca 2 grader eller motsvarande anpassat efter satsyta.

**LORUM IPSUM ERASOTRI FRONTERA DU
LORUM IPSUM ERASOTRI FRO.**

Tonplattor

Tonplattor med rubrik används under rubrik eller separat. Tonplattorna kan användas i enkelrader likväl som i flerradiga rubriker. Typsnittet som används i tonplattorna är Gill Sans STD Bold Condensed. Plattornas höjd och bredd utformas efter vald grad/storlek på typsnittet. Plattorna ska vridas mot varandra, se exempel. Nedre plattan är vriden 2 grader.

Exempel på användning av grafiska element

Exempel på ingångsrader och mellanrubriker

För att lyfta vissa ord i löptext, som här på baksidan av ett kort, görs dessa feta och i färg. Riktlinjer för färgval hittar du på sid 12. Mittuniversitetets webbadress typograferas på samma sätt, till exempel i adressuppgifter på olika trycksaker. Mellanrubriker i trycksaker, annonser och roll ups sätts i svart eller i färg – med versaler:

LORUM IPSUM ERASOTRI FRONTERA DU
LORUM IPSUM ERASOTRI FRO.

Välkommen till Mittuniversitetet. Berum quae sed qui ditius diti is aut volerepta sit et omnit molor apeliquia dolorro enisquas es acernumq usinicit aliquam doliuptaque nonsequi aut de vel ipsapel itusa arcia con pe eossit maioisto dolore natempio ritium que pos et fugia quo blatas quia consecatem hit ex eicipicte simolom doluptatis eri doluptas modipsumque dolo exerum id quatur, sandi doloria consequi te voluptatia ililame quodigenti odionse soloreptur. Nequia volum quosam ut re samendis sa sed eium quo occullaut que parum qui ut esequas si duntur? Ratum sit, cusdam que.

Laborum sapereped erferiorerum alistrum laborer ionsecto officilor sundae num reperatur. Nam a pla quaecest qui ommoditis idebit dolo ime voluptat harias eatur: ipiet iliqui commulu ptatio modi bla consequ oditiunt occusanti qui cusam.

Sitatia cust della doluptae eaque el id magnim reperep usidin cus minisci istinct orempor esciam, omni nihit lam dolores em deligen ditium aped quocip enda sequo od molescini idus dolo.

Läs mer om Mittuniversitetet på www.miun.se



UTBILDNING

ÖKAD INTERNATIONISERING
Mittuniversitetet strävar efter att öka det internationella utbytet och samarbetet på alla nivåer. När våra studenter avslutar sin utbildning ska de ha fått en ökad förståelse för andra länders kulturer och för de globala sammanhang som präglar det aktuella kurskapsområdet. Våra studenter ska med framgång kunna verka i en internationell och mångkulturell miljö.
Mittuniversitetet har i dag utbytesavtal med 130 partneruni-

NYCKELTAL I GRUNDBILDNINGEN

	2008	2009	2010
Utbildningsvolym			
Totalt antal hst	6 656	7 820	9 350
Totalt antal hgr	5 207	5 533	6 514
Andel hst inom program	58 %	54 %	51 %
Genomsnittlig			
Campusutbildning	90 %	84 %	85 %
Distans	66 %	59 %	57 %
Totalt	78 %	71 %	70 %
Studenterna			
Antal registrerade studenter	14 789	19 047	24 399
Andel män totalt	25%	28%	38%
Internationellt studentutbyte, antal individer			
Utbytesstudenter	130	114	76
Intervjuade	361	563	972
Åldersstruktur, andel av hst			
<24 år	37 %	39 %	40 %
25-34 år	39 %	38 %	39 %
35 år+	24 %	23 %	21 %

Hälsöstudenter hst, är studenter som är registrerade på ett kursfyllt månatligt med kursfyllt pågående program under en viss period distans med 60 års studenter som ska läsa på helst.

Hälsöstudenter hgr är studenter som är registrerade på ett kursfyllt månatligt med kursfyllt pågående program under en viss period distans med 60.

4 MITTUNIVERSITETET

ANTAL HELÄRSSTUDENTER (HST) PER UTBILDNINGSGRÄNS 2010

Utbildningsområde	Andel (%)
Utbildningsområde 1	3 %
Utbildningsområde 2	2 %
Utbildningsområde 3	9 %
Utbildningsområde 4	3 %
Utbildningsområde 5	3 %
Utbildningsområde 6	3 %
Utbildningsområde 7	3 %
Utbildningsområde 8	3 %
Utbildningsområde 9	3 %
Utbildningsområde 10	3 %
Utbildningsområde 11	3 %
Utbildningsområde 12	3 %
Utbildningsområde 13	3 %
Utbildningsområde 14	3 %
Utbildningsområde 15	3 %
Utbildningsområde 16	3 %
Utbildningsområde 17	3 %
Utbildningsområde 18	3 %
Utbildningsområde 19	3 %
Utbildningsområde 20	3 %
Utbildningsområde 21	3 %
Utbildningsområde 22	3 %
Utbildningsområde 23	3 %
Utbildningsområde 24	3 %
Utbildningsområde 25	3 %
Utbildningsområde 26	3 %
Utbildningsområde 27	3 %
Utbildningsområde 28	3 %
Utbildningsområde 29	3 %
Utbildningsområde 30	3 %

ANTAL HELÄRSSTUDENTER (HST) PER CAMPUS OCH ANDEL AV DESSA SOM STUDERAR PÅ DISTANS, 2010

	Totalt (hst) 2010	Därav distans	Andel distans 2010
Hälsöstudenter	1 931	1 726	89 %
Sundsvall	3 510	1 527	44 %
Ostersund	3 817	1 847	48 %
Östergötter	206	82	40 %
Andel distans	9 464	5 182**	55 %

* Inkluderar utbytesutbildning
** Nästan 3 200 hst utgår från helt- och delvisdistans kursen

På Mittuniversitetet finns flera utbildningar som bara finns just här. Det är utbildningar som innebär utövning eller tillämpning av kunskaper som inte finns någon annanstans i Sverige. Här finns exempelvis Sveriges första och enda utbildning i biljournalistik på distansnivå.
Utbildningen i grafisk design, förpackningsdesign och medie- och kommunikationsdesign.
Andra utbildningar som sticker ut är krossinläsningsprogrammet, sportvetenskap, kursutvärderingsprogrammet, robot- och krashtestningsprogrammet, journalistprogrammet, distansjournalistik och psykologprogrammet.

TYP SNITT

De typsnitt som används i såväl intern som extern kommunikation är en del av det visuella intryck av Mittuniversitetet som vi förmedlar till omvärlden. För att stärka vår profil och öka igenkänningen har vi därför valt ut tre typsnitt samt ett typsnitt för webben som alla är tydliga och har hög läsbarhet.

Intern produktion

För material som produceras inom organisationen, till exempel brev, skrivelser, inbjudningar etc. ska typsnitten Palatino och Arial användas. Detta är typsnitt som finns som standard i både Mac- och PC-miljö. Palatino används företrädesvis för längre textmassor och Arial kan användas till kortare faktatexter, rubriker och tabeller. Arial bör också användas som standard för e-postmeddelanden.

Extern produktion

För trycksaker, annonser och annat material som produceras av externa leverantörer ska typsnittet Gill Sans STD användas samt Palatino Linotype.

Rubriker

Sätts med Gill Sans STD Bold Condensed.

För kampanjrubriker se sid 8.

Mellanrubriker/ingångsrader

Sätts med Gill Sans STD Bold

Brödtext

Sätts i Gill Sans STD Light, 9 pkt. Hög läsbarhet och tydlighet ska alltid eftersträvas. Därför bör längre textstycken sättas med Palatino, 11 pkt.

Webb

På webben används typsnittet Georgia som är tydligt och har hög läsbarhet på skärmen.

TYP SNITT FÖR TRYCKTA MEDIER, EXTERN PRODUKTION

Gill Sans STD Bold Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
1234567890!"#€%&/()=?`@

Gill Sans STD Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
1234567890!"#€%&/()=?`@

Gill Sans STD Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
 1234567890!"#€%&/()=?`@

Palatino/Palatino Linotype

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
 1234567890!"#€%&/()=?`@

TYP SNITT FÖR INTERN PRODUKTION OCH DIGITALA MEDIER

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!"#€%&/()=?`@

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!"#€%&/()=?`@

Palatino/Palatino Linotype

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!"#€%&/()=?`@

Georgia för webb

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!"#€%&/()=?`@

FÄRG OCH PAPPER

Mittuniversitetets logotypfärger är gul och blå. Den gula färgen uttrycker ungdom, energi och kraft. Den blå står för kunskap, trovärdighet och seriositet. För att stärka Mittuniversitetets igenkänning ska den blå och gula färgen i symbolen användas som starka visuella element i all intern och extern kommunikation. Därtill finns ett antal kompletterande färger som även de kan användas i samband med de grafiska elementen, se sid 8–9.

Kompletterande färger

De kompletterande färgerna som i första hand ska väljas är de som anges nedan. När man utformar material med de grafiska elementen kan man välja att använda logotypfärger, kompletterande färger – eller plocka upp en stark färg eller nyans i den bild man använder.




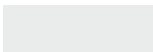

Papper




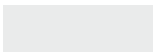

Till Mittuniversitetets informationstrycksaker används i första hand ett vitt, obestruket papper Scandia 2000, Multi Design eller motsvarande. Brevpapperet trycks på Svenskt Arkiv för bästa hållbarhet och kuvert på Mailman. Brevpapper, kuvert och

korrespondenskort beställs på respektive campus vaktmästeri. Visitkort beställs via länk på www.miun.se/visitkort.





Obestruket eller bestruket

Vid val av papper bör man generellt tänka på att ett obestruket eller mattbestruket papper underlättar läsbarheten vid större textmängder (broschyrer, foldrar etc). Om det är speciellt viktigt att bilderna återges på bästa sätt är ett högbestruket, blankare papper att föredra (vykort, affischer etc). Om du är osäker på vilket papper som ska väljas, kontakta ansvarig för grafiska profilen på universitetsledningens kansli.

FÄRG obestruken	PMS	CMYK	RGB	WEBB
Gul 	PMS 109	0, 10, 100, 0	R:241, G:226, B:25	#F1E219
Blå 	PMS 3005	100, 34, 0, 2	R:58, G:123, B:190	#3A7BBE
Svart 	Svart	0, 0, 0, 100	R:0, G:0, B:0	#000000
Grå 	PMS 427	0, 0, 0, 11	R:233, G:233, B:233	#E9E9E9
Mörkgrå 	PMS 431	11, 1, 0, 69	R:105, G:108, B:112	#696C70

FÄRG bestruken	PMS	CMYK	RGB	WEBB
Gul 	PMS 116	0, 16, 100, 0	R:241, G:226, B:25	#F1E219
Blå 	PMS 300	100, 44, 0, 0	R:60, G:113, B:182	#3C71B6
Svart 	Svart	0, 0, 0, 100	R:0, G:0, B:0	#000000
Grå 	PMS 427	0, 0, 0, 11	R:233, G:233, B:233	#E9E9E9
Mörkgrå 	PMS 431	11, 1, 0, 69	R:105, G:108, B:112	#696C70

KOMPLETTERANDE FÄRGER

Röd 	PMS 1795	0, 94, 100, 0	R:192, G:42, B:38	#C02A26
Orange 	PMS 1665	0, 68, 100, 0	R:208, G:117, B:39	#D07527
Magenta 	PMS 226	0, 95, 10, 0	R:195, G:6, B:117	#C30675
Grön 	PMS 362	70, 0, 100, 0	R:99, G:165, B:60	#63A53C

BILDER

På Mittuniversitetet finns många möjligheter. Det vill vi visa i våra bilder. De ska gärna ha inslag av mod och oräddhet. Därför väljer vi främst motiv som fångar ett ögonblick och känns spontana, där det dokumentära uttrycket är dominerande. Vi försöker inte försköna situationer eller bekräfta en stereotyp. Vi vill istället visa tillfällen som lämnar avtryck, som har stor betydelse för individen. De bilder vi visar ska vara färgstarka, kontrastrika och intensiva. Exempel på bilder finner du på de två följande uppslagen. Undvik alla former av stylade modeller och konstlade poser:

Uttryck

Vårt bilduttryck hämtar inspiration från den dokumentära bilden med utsnitt eller ögonblick ur vardagen. Vi vill förmedla en känsla av snabbhet, närvaro och trovärdighet genom att i första hand avbilda personer i en aktivitet, där det vardagligt oväntade i till exempel blicken, gesten eller kompositionen gärna får förstärka uttrycket. Bilden bör i minsta möjliga mån arrangeras för att fånga den dokumentära känslan. I motivet söker vi färgstyrka och/eller starka färger i detaljer.

Bilden kan vara både detaljerat innehållsrik och avskalad. Utgångspunkten är en sanningsenlig och objektiv bild av ett särskilt motiv. Det ska i första hand vara personer i olika situationer, aktiviteter eller händelser, men även ting som berättar en historia kan väljas.

Färgställning

Färgbilden är mättad med starka färger och hög kontrast för att förmedla en snabb och intensiv känsla. Den svartvita bilden har även den en mättad ton och hög kontrast.

Profilbild – höjdpunkter som lockar

När det gäller studentrekrytering använder vi bilder som illustrerar situationer eller ögonblick inom specifika yrken – eftersträvsvärda höjdpunkter i våra studenters och forskares framtida yrkesliv. Motiven ska skapa en positiv och inspirerande känsla. Bilderna i kombination med text ska tydliggöra att rätt utbildning kan ta dig dit du vill. Vi ska sträva efter att ta bilder med mänsklig närvaro och bilder med rörelse. Bilden bör vara färgrik i sin helhet eller ha färgstarka detaljer.

Verksamhetsbild – verksamheten i närbild

Våra verksamhetsbilder knyter inte lika hårt till det framtida drömyrket som våra profilbilder. Motiven hämtas från miljöer på Mittuniversitetets tre campus och alla medverkande ska vara studenter eller personal på Mittuniversitetet.

Verksamhetsbilden har samma dokumentära uttryck som profilbilden. Här försöker vi fånga motivet med minsta möjliga arrangemang. Vi söker det kontrastrika, färgstarka uttrycket även här.

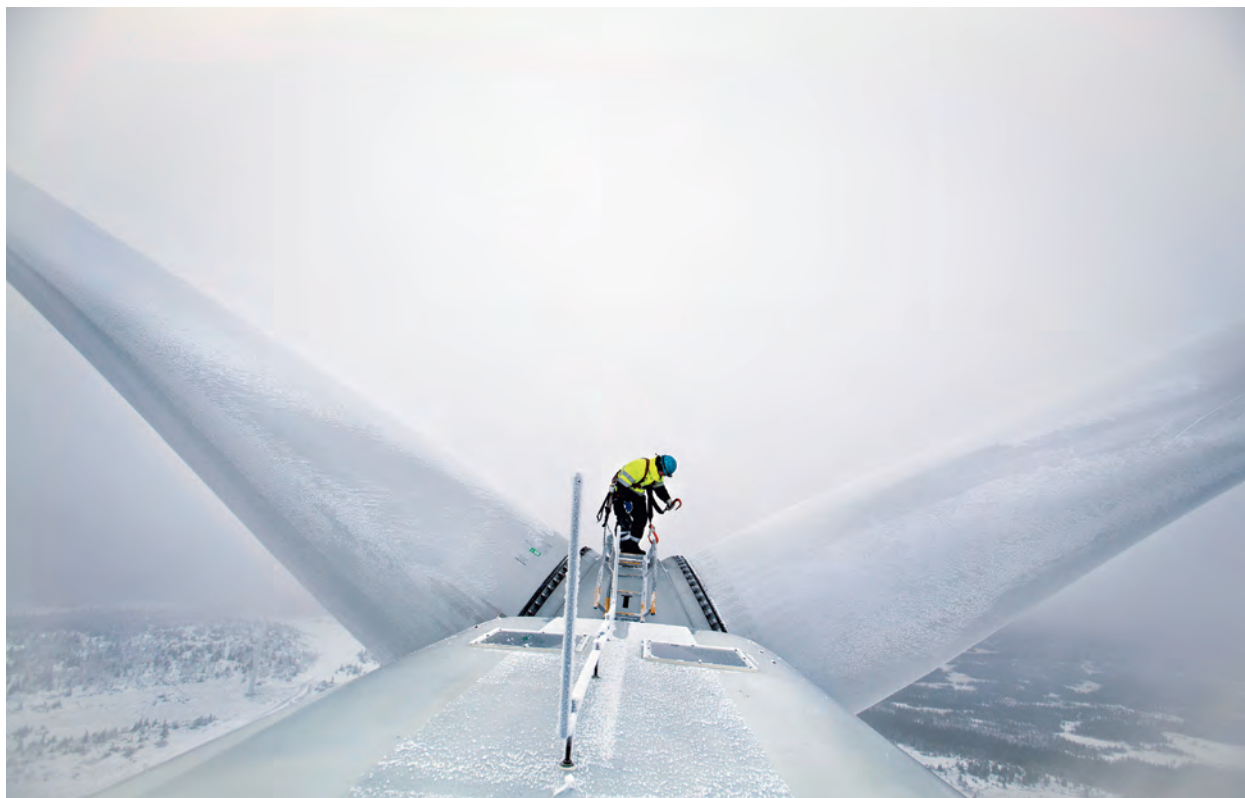
Porträttbilder

Porträttbilder ska vara tajt beskurna och tas med kort skärpedjup. Undantag är porträttbilder i material som riktas till en internationell målgrupp. I dessa fall är känslan av "en armlängds avstånd" mer passande.

Används porträttet i större format i ett mer profilerande syfte söker vi det dokumentära uttrycket där motivet gärna får ta plats i en personlig händelse/aktivitet. I detta sammanhang går vi ifrån det korta skärpedjupet för en mer dokumentär karaktär.

Forskningsprofil

Uttrycket för forskningsprofiler följer den dokumentära bilden. Här bryter vi oss loss från den stereotypa bilden av forskning och söker "vardagsbilden" av forskningssituationen eller forskningens inriktning. Med samma intensitet, kontrast och färgrikeedom som i övriga bilder.



Profilbild, dokumentär på temat "Ta vara på kraften. Din egen. Plugga ekoteknik eller någon annan av våra unika utbildningar!"
Foto: Casper Hedberg



Profilbild, dokumentär på temat "Med rätt fokus. På din framtid. Plugga bildjournalistik eller någon annan av våra unika utbildningar!"
Foto: Casper Hedberg



Verksamhetsbild, dokumentär.
Foto: Casper Hedberg.



Porträttbild.
Foto: Tina Stafren.



Verksamhetsbild, dokumentär.
Foto: Casper Hedberg.

För utbudsannonsering finns ett antal bilder i bildbanken som fritt kan användas för marknadsföring av Mittuniversitetet. Utbudsannonser med bild ska alltid vara i stående format där bilderna är liggande. Bilderna är grupperade i ämnesområden, men kan väljas utifrån det egna budskapet. Foto: Casper Hedberg.



Foto: Casper Hedberg.



PROFILTEXTER

Stora delar av Mittuniversitetets verksamhet är unika både när det gäller utbildningsprogram och forskningsområden. Vi har också ett synsätt som skiljer sig från andra, där vi bland annat tror på individens kapacitet och prioriterar vår relation med omvärlden. Det gör oss till ett arbetslivsnära universitet som hittar nya vägar för studenter att utvecklas utifrån sina behov. Mittuniversitetet är det goda avstampet – som erbjuder miljön som gör det möjligt för studenter och forskare att nå sina mål och framtidsdrömmar. Det ska vi lyfta fram i vår kommunikation.

Vi vet att våra målgrupper värdesätter olika saker utifrån sina perspektiv. Profiltexterna som följer är anpassade för våra vanligaste målgrupper och fungerar som ett underlag när du berättar om Mittuniversitetet. Observera att det är generella texter som du kan komplettera utifrån vad du vet om den målgrupp som du tänker vända dig till. Varje text finns i två eller tre olika längder.

INTERNATIONAL STUDENTS

1. Realise your dreams and ambitions

Mid Sweden University is a vibrant place where people meet, find inspiration and think innovatively. We offer you a top quality education at the same time as you get to know a new culture, make new friends, enjoy new experiences and gain new perspectives. There are many international programmes to choose from in areas such as technology, natural sciences, business and behavioural science. The teachers are always available to provide you with the help you need to expand your knowledge and realise your dreams. The collaboration with research, trade and industry ensures an authentic education which is of benefit to society and also gives you a competitive edge on the global market. Many of our programmes and much of our research reflect the university's proximity to our forests and mountains. This means you also have fantastic opportunities for outdoor activities. As a student at Mid Sweden University you gain knowledge that allows you to influence change and make a difference in the future. Come and join us, and study to realise your dreams and ambitions.

2. Realise your dreams and ambitions

Take the opportunity to get a top-class education while you get to know a new culture, make new friends, enjoy new experiences and gain new perspectives. Mid Sweden University is a vibrant place where people meet, find inspiration and think innovatively. The teachers are always available to provide you with the help you need to expand your knowledge and realise your dreams. You can choose from a wide range of international programmes which are of benefit to society and also help you to develop as a person. This will give you a competitive edge on the global market so that you can influence change and make a difference.

3. Realise your dreams and ambitions

Mid Sweden University offers a wide range of international programmes. This way, you can study, meet new, inspiring people and experience a different culture and environment at the same time, all within a short distance from our forests and mountains. Invest in a first-class education which you will benefit from in years to come – an education that makes a difference.

NATIONELLA STUDENTER

1. Förverkliga dina framtidsdrömmar

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns alternativen för dig som vill göra verklighet av dina drömmar. Vi satsar på dig och ger dig rätt verktyg för att nå dina mål. Hos oss hittar du unika utbildningar som bara finns här, till exempel Sportteknologi, Kriminologprogram och Bildjournalistik. Stora delar av vår utbildning och forskning bottenar i närheten till naturen med skog och fjäll. Något som också ger möjligheter till ett fantastiskt friluftsliv. Vi har ett av landets största utbud av distansutbildningar och e-lärande. Det gör att du själv kan påverka inriktning, upplägg och studietakt – och plugga där du är: Du kan också välja att studera vid något av våra tre campus i Härnösand, Sundsvall och Östersund där du får möta nya, intressanta människor och miljöer. Hos oss kan du räkna med en konkurrenskraftig utbildning med stark koppling till arbetslivet som ger dig goda möjligheter i ditt framtida yrkesliv. Allt för att du ska kunna nå dina mål.

2. Förverkliga dina framtidsdrömmar

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns alternativen för dig som vill göra verklighet av dina drömmar. Hos oss hittar du spetsutbildningar som bara finns här, till exempel Sportteknologi, Kriminologprogram och Bildjournalistik. Vi har ett av landets största utbud av distansutbildningar och e-lärande. Det gör att du kan plugga där du är och själv påverka inriktning, upplägg och studietakt. Våra campus hittar du i Härnösand, Sundsvall och Östersund, nära hav, fjäll och skog. Hos oss kan du räkna med en konkurrenskraftig utbildning med stark koppling till arbetslivet. Allt för att du ska kunna nå dina mål.

3. Förverkliga dina framtidsdrömmar

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Hos oss kan du göra verklighet av dina drömmar. Här hittar du helt unika spetsutbildningar med stark arbetslivsanknytning och kan välja mellan att studera vid något av våra campus i Härnösand, Sundsvall och Östersund eller på distans. Allt för att du ska kunna nå dina mål.

REGIONALA STUDENTER

1. Här har du nära till nya möjligheter

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns många alternativ för dig som vill förverkliga dina drömmar på nära håll. Vi finns här för dig hela vägen för att ge dig mod och rätt verktyg att nå dina mål. Du kan välja bland såväl breda utbildningsprogram som kortare yrkesinriktade utbildningar. Hos oss hittar du även spännande, unika utbildningar som exempelvis Turism, Ekoteknik och Grafisk design och kommunikation. Stora delar av vår utbildning och forskning bottenar i just närheten till naturen med skog och fjäll. Du kan välja att studera på olika sätt, beroende på var i livet eller rent geografiskt du befinner dig. Vi har ett av landets största utbud av distansutbildningar och e-lärande. Dessutom kan du plugga vid något av våra tre campus i Härnösand, Sundsvall och Östersund där du får uppleva studentlivet med allt vad det innebär av nya, givande människor och miljöer. Så det finns bra förutsättningar att plugga utan att flytta.

Oavsett hur du väljer att studera kan du räkna med en konkurrenskraftig utbildning med stark koppling till arbetslivet, som ger dig goda möjligheter i ditt framtida yrkesliv. Så kom till oss, plugga och hitta din egen väg framåt.

2. Här har du nära till nya möjligheter

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns många alternativ för dig som vill förverkliga dina drömmar på nära håll. Du kan välja bland såväl breda utbildningsprogram som kortare yrkesinriktade utbildningar. Hos oss hittar du även spännande, unika utbildningar som Turism, Ekoteknik och Grafisk design och kommunikation. Vi har ett av landets största utbud av distansutbildningar och e-lärande. Dessutom kan du välja att uppleva studentlivet vid något av våra tre campus i Härnösand, Sundsvall och Östersund. Det finns alltså bra förutsättningar att plugga utan att flytta. Här kan du räkna med att få en konkurrenskraftig utbildning, som ger dig goda möjligheter i ditt framtida yrkesliv. Så plugga hos oss och hitta din egen väg framåt.

3. Här har du nära till nya möjligheter

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Hos oss kan du förverkliga dina drömmar på nära håll. Här finner du både breda utbildningsprogram och kortare yrkesinriktade utbildningar, vissa helt unika. Du kan dessutom välja mellan att studera på distans eller vid något av våra campus i Härnösand, Sundsvall och Östersund – och hitta din egen väg framåt.

NÄRINGSLIV

1. Använd närheten till ny kunskap

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns lärare, forskare och motiverade studenter från hela Sverige och andra länder, som har hittat just den utbildning som ska ta dem mot deras mål och drömmar. Det kan vara allt från unika spetsutbildningar som Sportteknologi, Ekoteknik eller Bildjournalistik till en internationell masterutbildning i ekonomi. Stora delar av vår utbildning och forskning bottenar i närheten till naturen med skog och fjäll. En annan viktig del är det goda samarbetet med näringslivet. Här har du som företagare möjlighet att vara delaktig i ett ovärderligt utbyte som ger studenterna verklighetsbaserade utbildningar och bra praktikplatser. Samtidigt får ditt företag chans att till exempel ta del av ny forskning och examensarbeten som ökar din egen konkurrenskraft. Du kan också passa på att rekrytera toppkrafter med rätt kompetens. Med campus i tre städer – Härnösand, Sundsvall och Östersund – är vi en resurs för omvärlden och kan erbjuda dig ett nära och dynamiskt samarbete. Tillsammans kan vi skapa nya möjligheter för utveckling och tillväxt.

2. Använd närheten till ny kunskap

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns lärare, forskare och motiverade studenter som utgör en stor tillgång för omvärlden. Samarbetet med näringslivet är en viktig del i vår verksamhet. Här har du som företagare möjlighet att vara delaktig i ett ovärderligt utbyte som ger studenterna verklighetsbaserade utbildningar och bra praktikplatser. Samtidigt får ditt företag chans att ta del av ny forskning och rekrytera toppkrafter med rätt kompetens. Tillsammans kan vi skapa nya möjligheter för utveckling och tillväxt.

3. Använd närheten till ny kunskap

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Vi är en resurs för omvärlden och kan tillsammans med dig som företagare i näringslivet skapa nya möjligheter för utveckling och tillväxt.

MYNDIGHETER

1. Tillsammans kan vi driva utvecklingen framåt

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns lärare, forskare och motiverade studenter från hela Sverige och andra länder; som har hittat just den utbildning som ska ta dem mot deras mål och drömmar. Det kan vara allt från unika spetsutbildningar som Sportteknologi, Ekoteknik eller Bildjournalistik till en internationell masterutbildning i ekonomi. Stora delar av vår utbildning och forskning bottenar i närheten till naturen med skog och fjäll. En annan viktig del är samarbetet med omvärlden. Det gör att våra studenter får verklighetsbaserade utbildningar och bra praktikplatser. Samtidigt får företag, organisationer och myndigheter till exempel tillgång till ny forskning och examensarbeten som ökar deras konkurrenskraft. De får också chans att rekrytera toppkrafter med rätt kompetens. Med campus i tre städer – Härnösand, Sundsvall och Östersund – är vi en resurs för omvärlden. Här skapas ett flöde av ny kunskap och talanger som ger möjligheter för utveckling och tillväxt.

2. Tillsammans kan vi driva utvecklingen framåt

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns lärare, forskare och motiverade studenter som utgör en stor tillgång för omvärlden. Samarbetet med näringslivet, myndigheter och andra aktörer är en värdefull del i vår verksamhet.

Det ger studenterna verklighetsbaserade utbildningar och bra praktikplatser samtidigt som företag, organisationer och myndigheter får tillgång till ny forskning och kan rekrytera toppkrafter med rätt kompetens. Här skapas ett flöde av ny kunskap och talanger som ger möjligheter för utveckling och tillväxt.

3. Tillsammans kan vi driva utvecklingen framåt

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Vi är en resurs för regionen och kan tillsammans med näringslivet, myndigheter och andra aktörer skapa nya möjligheter för utveckling och tillväxt.

LOKALA OPINIONSBLDARE/ ALLMÄNHET

1. Vi hjälper till att förverkliga drömmar

Mittuniversitetet är en plats där människor kan mötas, inspireras och tänka nytt. Här finns lärare, forskare och motiverade studenter från hela Sverige och andra länder; som har hittat just den utbildning som ska ta dem mot deras mål och drömmar. Det kan vara allt från unika spetsutbildningar som Sportteknologi, Ekoteknik eller Bildjournalistik till en internationell masterutbildning i ekonomi. Stora delar av vår utbildning och forskning bottenar i närheten till vår natur med skog och fjäll. En annan viktig del är samarbetet med omvärlden. Det gör att våra studenter får verklighetsbaserade utbildningar och bra praktikplatser. Samtidigt får företag och organisationer tillgång till ny forskning och examensarbeten som ökar deras konkurrenskraft. Dessutom finns chans att tidigt rekrytera toppkrafter med rätt kompetens. Med campus i Härnösand, Sundsvall och Östersund kan och vill vi vara en resurs för omvärlden, där ett flöde av ny kunskap och talanger skapas. Som ger möjligheter för samhället att utvecklas och människor att växa.

2. Vi hjälper till att förverkliga drömmar

Mittuniversitetet är en plats där människor kan mötas, inspireras och tänka nytt. Här finns lärare, forskare och motiverade studenter som kan vara en stor tillgång för omvärlden. Forskning och samverkan med näringsliv och organisationer är värdefulla delar i vår verksamhet. Det ger studenterna verklighetsbaserade utbildningar och bra praktikplatser. Samtidigt får företag och organisationer tillgång till ny forskning och kan rekrytera toppkrafter med rätt kompetens. Här skapas ett flöde av ny kunskap och talanger som ger möjligheter för samhället att utvecklas och människor att växa.

3. Vi hjälper till att förverkliga drömmar

Mittuniversitetet är en plats där människor kan mötas, inspireras och tänka nytt. Vi kan och vill vara en resurs för omvärlden för att tillsammans med näringsliv och andra aktörer skapa nya möjligheter för samhället att utvecklas och människor att växa.

PERSONALREKRYTERING

1. Se dina möjligheter hos oss

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns en stor samlad kompetens och motiverade studenter från hela Sverige och andra länder, som valt Mittuniversitetet för att förverkliga sina drömmar. Unika utbildningar och forskning med hög vetenskaplig kvalitet har gjort Mittuniversitetet till en resurs för utveckling och tillväxt. Stora delar av vår utbildning och forskning bottenar i närheten till naturen med skog och fjäll. Ett nära samarbete mellan utbildning, forskning och omvärld ger ett ovärderligt utbyte genom verklighetsnära utbildningar som skapar nytta för samhället och gör våra studenter konkurrenskraftiga på globala marknader. Vill du vara en stolt del i det flöde av ny kunskap och nya talanger som vi skapar?

2. Se dina möjligheter hos oss

Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns en stor samlad kompetens och motiverade studenter från hela Sverige och andra länder. Unika utbildningar och forskning med hög vetenskaplig kvalitet har gjort Mittuniversitetet till en resurs för utveckling och tillväxt. Vill du vara en stolt del i det flöde av ny kunskap och nya talanger som vi skapar?

ACCIDENSMATERIAL

Mittuniversitetets accidensmaterial är något mer strikt i sin utformning. Här används både logotypen och ett utsnitt av logotypen som dekorelement nedtill på den vänstra sidan av brevpapper, kuvert och korrespondenskort. På visitkortet är logotypen placerad på framsidan och dekorelementet ligger på båda sidor, med ett något större utsnitt på framsidan. Det är endast i accidensmaterialet som detta dekorelement förekommer.

BREVPAPPER

Brevpapperet består av en första- och en andrasida. På förstasidan finns besöks- och postadresser till alla campusorter, de gemensamma växel- och faxnumren samt en allmän e-post- och webbadress förtryckt. Andrasidan används då ett brev är längre än en sida. Brevpapper, kuvert och korrespondenskort beställs på respektive campus vaktmästeri. En elektronisk brevmall som visar rekommenderade marginaler, placering av avsändare, datum, diarienummer, storlek på text etc. finns att hämta på www.miun.se/grafiskprofil. Se exempel här nedan.



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

<p>Plats för institutions- eller avdelningsnamn Avsändarens Förnamn Efternamn Campus XXXXX Tel: xxx-12 12 12 E-post: fornamn.efternamn@miun.se</p> <p>Mottagarens Förnamn Efternamn Organisation Gatuadress Postadress</p> <p>Rekommendationen är rubrik i 11 punkter Arial Black Denna "brevmall" är avsedd att användas som utgångspunkt för brev som ska skrivas ut på förtryckt (med logotyp och sidfot) brevpapper. För elektroniska brev finns en annan "brevmall", med logotyp i sidhuvudet och sidfot.</p> <p>Rekommendationen är att brödtext skrivs i 11 punkter Palatino eller Palatino Linotype. Palatino Linotype är ett standardtypsnitt på PC och Palatino är ett standardtypsnitt på Mac – som finns på en del PC. Palatino Linotype på PC ger, med enkelt radavstånd, en "luftigare" känsla än vad Palatino med enkelt radavstånd gör.</p> <p>Överst till vänster i brevet anges institutionens eller avdelningens namn i Arial Black, 9 punkter. Längre institutionsnamn skrivs delat på två rader, kortare på en rad. Under institutionen anges avsändaren i Palatino/Palatino Linotype, 9 punkter. Telefonnummer och e-postadress skall finnas med i brevet vilket är viktigt ur tillgänglighetsaspekt. Fälten till höger i huvudet, 9 punkter, Palatino/Palatino Linotype, kan till viss del användas efter behov. Datum skall naturligtvis alltid anges, men i vissa fall är inte diarienummer nödvändigt, eller sidnumrering (sidnumrering anges aldrig på första sidan i brevet). Om dokumenttyp anges skall det stå överst. Mottagaren av brevet anges i Palatino / Palatino Linotype 11 punkter.</p> <p>Med vänlig hälsning Mittuniversitetet</p> <p>Namn Efternamn Titel</p>	<p>DOKUMENTTYP Datum: åååå-mm-dd Dnr: MIUN XX /XXXX</p>
---	---

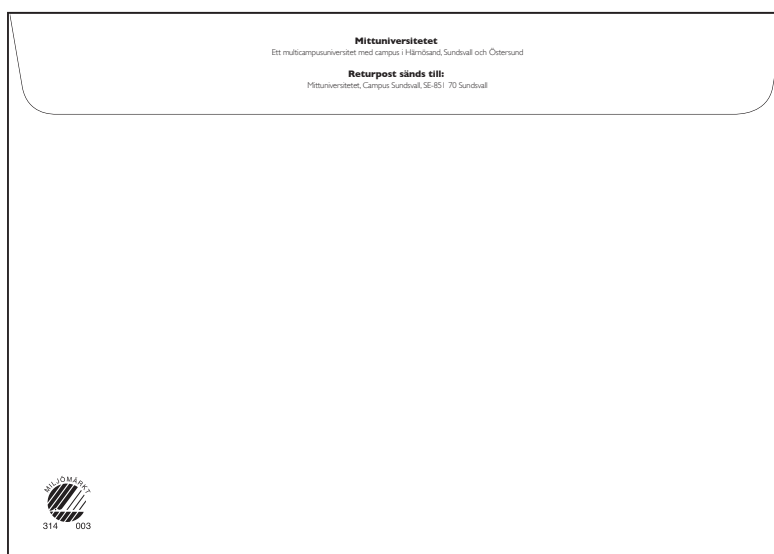


Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

Campus Härnösand: Universitetsbacken 1, SE-871 88 Härnösand.
Campus Sundsvall: Hälmgatan 10, SE-851 70 Sundsvall.
Campus Östersund: Kuruskapens väg 8, SE-831 25 Östersund.
Phone +46 (0)771 97 50 00. Fax +46 (0)771 97 50 01.
E-mail info@miun.se, Internet www.miun.se

KUVERT

Mittuniversitetets kuvert har alltid logotyp och dekorelement i nedre vänstra hörnet. Adress och returadress placeras på locket. Brevpapper, kuvert och korrespondenskort beställs på respektive campus vaktmästeri.



VISITKORT OCH KORRESPONDENSKORT

Visitkortet är dubbelsidigt och kan rymma både svensk och engelsk information för den som önskar.
 Visitkort beställs du via en länk på www.miun.se/visitkort.

Korrespondenskortet har precis som brevpapperet alla campusorters adresser samt det gemensamma telefonnumret förtryckt. För att underlätta för mottagaren finns dessutom en liten ruta förtryckt framför varje campusort. Här kryssar du som avsändare i vilken ort du finns på.

Brevpapper, kuvert och korrespondenskort beställs på respektive campus vaktmästeri.



PROFILANNONSER

Mittuniversitetets profilannonser följer de exempel som visas nedan. Profilannonsernas syfte är att övergripande marknadsföra Mittuniversitetet och tas fram av universitetsledningens kansli i samarbete med avtalad reklambyrå.

Exempel på profilannons, 4-spalt till 6-spalt motsvarande liggande 1/3-sida



Exempel på profilannons, 1/1-sida



Exempel på profilannons, 1/3-sida



Exempel på profilannons, 1/2-sida



UTBUDSANNONSER/EVENT

Mittuniversitetets utbuds- och eventannonser ska följa de exempel som visas nedan. Varianten med enbart rubrikader på färgplattor används i undantagsfall, eftersom de stora rubrikerna är mer effektfulla både när det gäller budskap och utseende. Annonser kan tas fram av grafisk service, www.miun.se/grafisk-service eller i samarbete med avtalad reklambyrå.

LORUM ISUMSERA LOTRALU

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

UTBILDNINGEN GER DIG:

- arbetslivskontakter; praktik och nätverk
- stora möjligheter till utlandspraktik/utlandsstudier
- breda kunskaper för arbete inom stora delar av turismnäringen
- stark forskningsmiljö, ETOUR.

Mer information om våra utbildningar hittar du på WWW.MIUN.SE/SHV


Tag gärna kontakt med oss på Institutionen för samhällsvetenskap 063-16 53 66 så berättar vi mer.



MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY




**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

UTBILDNINGEN GER DIG:


- arbetslivskontakter; praktik och nätverk
- stora möjligheter till utlandspraktik/utlandsstudier
- breda kunskaper för arbete inom stora delar av turismnäringen
- stark forskningsmiljö, ETOUR.

Mer information om våra utbildningar hittar du på WWW.MIUN.SE/SHV

Tag gärna kontakt med oss på Institutionen för samhällsvetenskap 063-16 53 66 så berättar vi mer.



MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

**Utbudsannonser med bild
görs alltid i stående format**

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

UTBILDNINGEN GER DIG:

- arbetslivskontakter; praktik och nätverk
- stora möjligheter till utlandspraktik/utlandsstudier
- breda kunskaper för arbete inom stora delar av turismnäringen
- stark forskningsmiljö, ETOUR.

Mer information om våra utbildningar hittar du på WWW.MIUN.SE/SHV

Tag gärna kontakt med oss på Institutionen för samhällsvetenskap 063-16 53 66 så berättar vi mer.



MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

LORUMIS UMSERA LOTRALU

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**



MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY


LORUM ISUMSERA LOTRALU

UTBILDNINGEN GER DIG:


- arbetslivskontakter; praktik och nätverk
- stora möjligheter till utlandspraktik/utlandsstudier
- breda kunskaper för arbete inom stora delar av turismnäringen.

Mer information om våra utbildningar hittar du på WWW.MIUN.SE/SHV

Tag gärna kontakt med oss på Institutionen för samhällsvetenskap 063-16 53 66 så berättar vi mer.



MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

PLATSANNONSER

Mittuniversitetets platsannonser utformas enligt exempel nedan. Personalavdelningen ansvarar för platsannonserna i samråd med universitetsledningens kansli.

SE DINA MÖJLIGHETER. HOS OSS.

**MITTUNIVERSITETET SÖKER:
VIKARIERANDE UNIVERSITETSLEKTOR**

Cestianit utat esto volorem eos quia de re doluptat esti torendit estrum ellia cullam atis sitis dolori dusae aspiem que et prenam hictis molo volupta temquo blaborerefere aliqui. Uciuntiumque con explac cus, natatur, te maxim elenissus aut ipsanimus.

För mer information om innehåll, anställningsvillkor, ansökan med mera, se www.miun.se/jobb. Sista ansökningsdagen är 31 mars 2010.

EN RESURS FÖR UTVECKLING
Mittuniversitetet är en plats med mycket energi där människor möts, inspireras och tänker nytt. Här finns en stor samlad kompetens och motiverade studenter från hela Sverige och andra länder. Unika utbildningar och forskning med hög vetenskaplig kvalitet har gjort Mittuniversitetet till en resurs för utveckling och tillväxt. Vill du vara en stolt del i det flöde av ny kunskap och nya talanger som vi skapar?

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

MITTUNIVERSITETET SÖKER:

EN DOKTORAND I KEMITEKNIK
Ref. nr MIUN 2012/XXXX

EN DOKTORAND I ORGANISK KEMI
Ref. nr MIUN 2012/XXXX

Et dolorae ribusdae cullorescil exerrun ditatur restia velenihicit aut pro cumet aliquam illuptam qui alique perovid ut alia.

För mer information om tjänsterna och ansökan se: www.miun.se/jobb. Sista ansökningsdag är 26 oktober 2012.

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

ROLL UP

Mittuniversitetets roll ups följer de exempel som visas nedan. Bilder väljs från Mittuniversitetets bildbank utifrån område/inriktning.

LORUM ISUMSERA LOTRALU

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER

Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

PRORIAMUS QUID QUATI

- Aspitum que et prenam hictis molo volupta temquo blaboreferere aliqui nobitat, 60 hp
- Que rae ratus dionsen imaion cum sum, 60 hp
- Alit restiiste cusam doluptas quatia vendunt ea qui nonsecerspid min con, 75 hp
- Alit restiiste cusam doluptas quatia vendunt ea qui nonsecerspid min con, 75 hp

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER

Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

LORUM ISUMSERA LOTRALU

**LORUMRUM IPSUM PILO
DESPORTALE SEPTISMA.**

- Aspitum que et prenam hictis molo volupta temquo blaboreferere aliqui nobitat, 60 hp
- Que rae ratus dionsen imaion cum sum, 60 hp
- Alit restiiste cusam doluptas quatia vendunt ea qui nonsecerspid min con, 75 hp
- Alit restiiste cusam doluptas quatia vendunt ea qui nonsecerspid min con, 75 hp

MIUN.SE
UPPTÄCK DINA MÖJLIGHETER

Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

BROSCHYR

Mittuniversitetets broschyrer utformas enligt följande exempel. Bilder väljs från Mittuniversitetets bildbank utifrån område/inriktning.



UTBILDNING

ÖKAD INTERNATIONALISERING
Mittuniversitetet strävar efter att öka det internationella utbytet och samarbetet på alla nivåer. När våra studenter avulär sin utbildning ska de ha fått en ökad förståelse för andra länders kulturer och för de globala sammanhang som präglar det aktuella kunskapsområdet. Våra studenter ska med framgång kunna verka i en internationell och mångkulturell miljö.
Mittuniversitetet har i dag utbytesavtal med 130 partneruni-

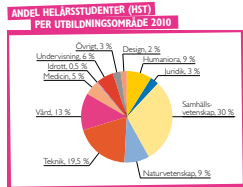
versitet och högskolor runt om i världen. De flesta studenter som reser ut gör det genom att använda partneruniversitetet. Studentutbytena anordnas inom ramen för ett antal olika stipendier, som till exempel Erasmusstipendiet.

NYCKELTAL I GRUNDBILDNINGEN

	2008	2009	2010
Utbildningsvolym			
Totalt antal hgr	6 656	7 820	9 350
Totalt antal hgr	5 207	5 533	6 516
Andel hos namn program	58 %	54 %	51 %
Genomströmning			
Campusutbildning	90 %	84 %	85 %
Distan	66 %	59 %	57 %
Totalt	78 %	71 %	70 %
Studenterna			
Antal registrerade studenter	14 799	19 047	24 399
Andel män totalt	35%	38%	38%
Internationellt studentutbyte, antal individer			
Utrresande	130	114	75
Intrresande	361	563	972
Åldersstruktur, andel av hst			
24 år	37 %	39 %	40 %
25-34 år	39 %	38 %	39 %
35 år -	24 %	22 %	21 %

Heltidsstudenter har, för undantag, studenter som är registrerade på ett kursfyllt utbildningsprogram med kursfyllt utbildningsprogram under en viss period delat med 60, de undantag studenter som alla följa på heltid.
Heltidsstudenter har, för undantag, studenter som är registrerade på kursfyllt utbildningsprogram under en viss period delat med 60.

4 MITTUNIVERSITETET



ANTAL HELÄRSSTUDENTER (HST) PER CAMPUS OCH ANDEL AV DESSA SOM STUDERAR PÅ DISTANS, 2010

	Totalt (hst)*	Däruv distans	Andel distans 2010
Härnösand	1 931	1 726	89 %
Sundsvall	3 510	1 527	44 %
Ostersund	3 817	1 847	48 %
Övriga orter	206	82	40 %
Totalt	9 464	5 182**	55 %

* Inkluderar uppbyggnadsutbildning
** Kvar: 2 390 har utgående heltidstidpunkter



FOLDER VIKT A4

Mittuniversitetets små foldrar utgår från ett liggande A4-format som viks två gånger och utformas enligt följande exempel. Välj bilder från Mittuniversitetets bildbank. Vid nyfotografering anlitas professionell fotograf som ska ta del av Mittuniversitetets bildbeskrivning, sid 13. Formatet enligt exempel rymmer ca 5000 tecken. Foldrar kan tas fram av grafisk service eller i samarbete med avtalad reklambyrå.

Enkla råd om innehåll

Här följer några tips på hur du kan strukturera innehållet i foldern för att läsaren enkelt ska kunna ta till sig ditt budskap:

- Försök få med det viktigaste redan i ingressen.
- Skriv rubriker och mellanrubriker som vägleder läsaren.
- Uppräkningar görs tydligast i punktform.
- Faktauppgifter kan samlas i en faktaruta.
- Kom ihåg kontaktperson och kontaktuppgifter.

 <p><i>Nequi dia archillabo. Ximos recea simi, quodis undam volestempor moluptate cusam fugias milibus excepudis as aciet pero explia volorepe invendebis alist, nonsequas assuntoris nectemp ersperes el iumqubus eatitit minctat empore illacest magniene voluptat eumquo molentur acepeltite nonseque et fuga. Ent doluptatem. Dandund itatia accum fuga.</i></p> <p>MELLANRUBRIK PÅ EN RAD Met il in ex exerfero cus, nonsendae etur aceatia nobit ped quodignit quae molores estur a volupta tusam, cum accus sequa id qui cum quis perum repe inulpa cum eos plaborum que nonserume nus modi blaut atbusandent maximil iquibea quatut? Fuga. Cii exero opta nulpa venis sapisod quam ut fuga. Cium faccupattem que remam nectonsequae et quia delligenet ex exceptatqui di ut ut optatem sin eicaeca borroviti odi sam quo quam etur?</p> <p>FAKTARUTA Met il in ex exerfero cus, nonsendae etur aceatia nobit ped quodignit quae molores estur a volupta tusam, cum accus sequa id qui cum quis perum repe inulpa cum eos plaborum que nonserume nus modi blaut atbusandent maximil iquibea quatut? Fuga. Cii exero opta nulpa venis sapisod quam ut fuga. Cium faccupattem que remam nectonsequae et quia delligenet ex exceptatqui di ut ut optatem sin eicaeca borroviti odi sam quo quam etur?</p> <p>WWW.MIUN.SE/INSTITUTION</p>  <p>Mittuniversitetet MID SWEDEN UNIVERSITY</p> <p>871 88 Hånsårad 851 70 Sunbult 831 25 Östersund Tel: 0771-97 50 00 Fax: 0771-97 50 01 www.miun.se</p>	<p>NYTÄNK OCH INNOVATIONS-KRAFT</p> <p>UTBILDNING FÖR ANALYS OCH INNOVATION</p> <p>MIUN.SE UPPTÄCK DINNA MÖJLIGHETER</p>
---	--

<p>EN RUBRIK SOM VÄGLEDER LÄSAREN IN I TEXTEN</p> <p><i>Nequi dia archillabo. Ximos recea simi, quodis undam volestempor moluptate cusam fugias milibus excepudis as aciet pero explia volorepe invendebis alist, nonsequas assuntoris nectemp ersperes el iumqubus eatitit minctat empore illacest magniene voluptat eumquo molentur acepeltite nonseque et fuga. Ent doluptatem. Dandund itatia accum fuga.</i></p> <p>MELLANRUBRIK PÅ EN RAD Met il in ex exerfero cus, nonsendae etur aceatia nobit ped quodignit quae molores estur a volupta tusam, cum accus sequa id qui cum quis perum repe inulpa cum eos plaborum que nonserume nus modi blaut atbusandent maximil iquibea quatut? Fuga. Cii exero opta nulpa venis sapisod quam ut fuga. Cium faccupattem que remam nectonsequae et quia delligenet ex exceptatqui di ut ut optatem sin eicaeca borroviti odi sam quo quam etur?</p> <p>MELLANRUBRIK PÅ EN RAD Obitisseque quam ut occat hicabore, aut quation seditin ullicabor quam ut occat • Obitisseque quam ut occat hicabore, aut quation seditin ullicabor quam ut occat • Obitisseque quam ut occat hicabore, aut quation seditin ullicabor quam ut occat • Obitisseque quam ut occat</p>	 <p><i>Nequi dia archillabo. Ximos recea simi, quodis undam volestempor moluptate cusam fugias milibus excepudis as aciet pero explia volorepe invendebis alist, nonsequas assuntoris nectemp ersperes el iumqubus eatitit minctat empore illacest magniene voluptat eumquo molentur acepeltite nonseque et fuga. Ent doluptatem. Dandund itatia accum fuga.</i></p> <p>MELLANRUBRIK PÅ EN RAD Obitisseque quam ut occat hicabore, aut quation seditin ullicabor quam ut occat • Obitisseque quam ut occat hicabore, aut quation seditin ullicabor quam ut occat • Obitisseque quam ut occat hicabore, aut quation seditin ullicabor quam ut occat • Obitisseque quam ut occat</p>	<p><i>Nequi dia archillabo. Ximos recea simi, quodis undam volestempor moluptate cusam fugias milibus excepudis as aciet pero explia volorepe invendebis alist, nonsequas assuntoris nectemp ersperes el iumqubus eatitit minctat empore illacest magniene voluptat eumquo molentur acepeltite nonseque et fuga. Ent doluptatem. Dandund itatia accum fuga.</i></p> <p>Met il in ex exerfero cus, nonsendae etur aceatia nobit ped quodignit quae molores estur a volupta tusam, cum accus sequa id qui cum quis perum repe inulpa cum eos plaborum que nonserume nus modi blaut atbusandent maximil iquibea quatut? Fuga. Cii exero opta nulpa venis sapisod quam ut fuga. Cium faccupattem que remam nectonsequae et quia delligenet ex exceptatqui di ut ut optatem sin eicaeca borroviti odi sam quo quam etur?</p>
---	---	---

VYKORT

Mittuniversitetets vykort utformas enligt följande exempel. Välj bilder från Mittuniversitetets bildbank. Vid nyfotografering anlitas professionell fotograf, som ska ta del av Mittuniversitetets bildbeskrivning, se sid 13. Vykort kan tas fram av grafisk service eller i samarbete med avtalad reklambyrå.



SATSA PÅ ATT NÅ DINA MÅL – VI GER DIG VERKTYGEN FÖR ATT LYCKAS

Välkommen till Mittuniversitetet. Här finns alternativ för dig som verkligen vill uppnå dina drömmar. Vi har ett stort utbud av spännande utbildningar. Några av dem är unika så de hittar du bara här, exempelvis Sportteknologi, Kriminologi, Ekoteknik och Grafisk design och kommunikation.

Upplev studentlivet och de inspirerande miljöerna vid någon av våra tre campusorter: Härnösand och Sundsvall är trevliga kuststäder och Östersund ligger nära fjällvärlden och Åre, Sveriges alpina centrum.

Läs mer om Mittuniversitetet på www.miun.se

Ps. Nu kan du vara med och tävla med din bästa spellista på vår Facebooksida med chans att vinna en iPad 2.

B

SVERIGE
PORTO BETALT

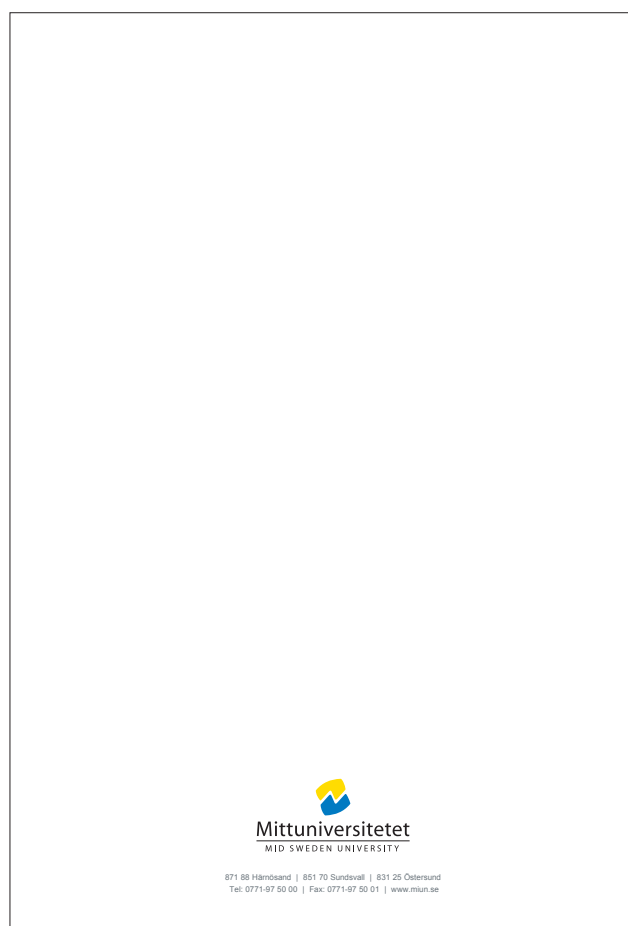
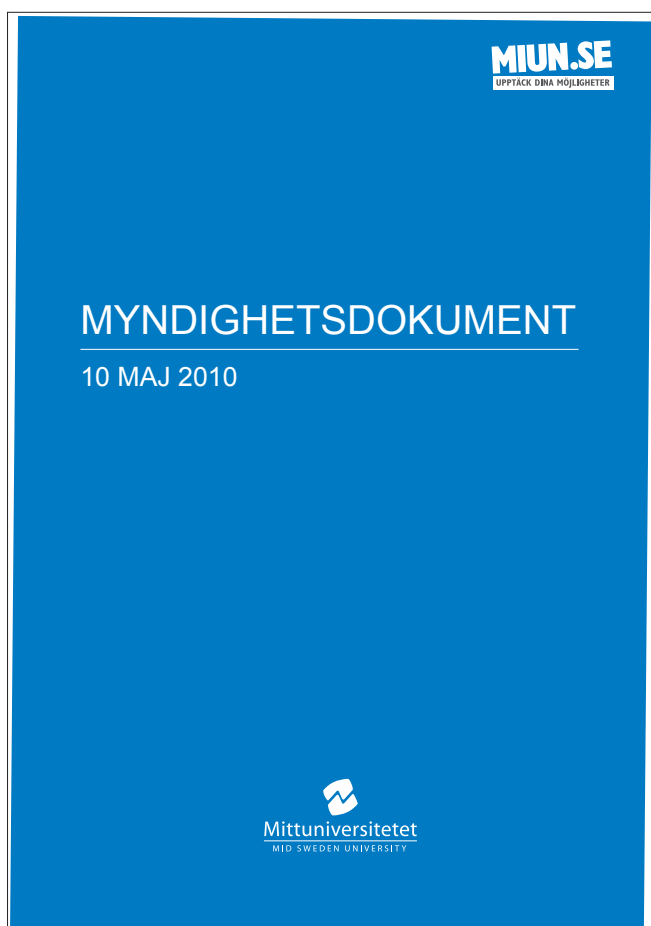


Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

Användnings- och Produktionsplan: Foto: Guyen Berg

MYNDIGHETSDOKUMENT

Mittuniversitetets myndighetsdokument, exempelvis handlingsplaner och strategier; utformas enligt följande exempel.



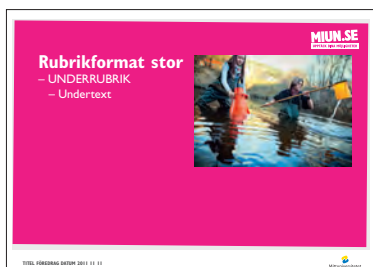
POWERPOINT-PRESENTATION

Mittuniversitetets PowerPoint-presentationer utformas enligt följande exempel. Oavsett om presentationen ska användas för undervisning, studentrekrytering, internt eller externt ska alla presentationer vara enhetliga och stämma överens med den grafiska profilen. Du kan välja mellan tre serier där varje serie finns i en svensk eller engelsk version. Blanda inte olika färger utan använd samma i hela presentationen och använd i första hand sida med vit bakgrund för god läsbarhet. Mallar finns att hämta på www.miun.se/grafiskprofil

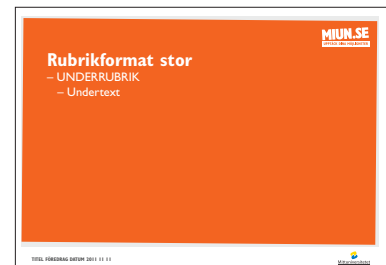
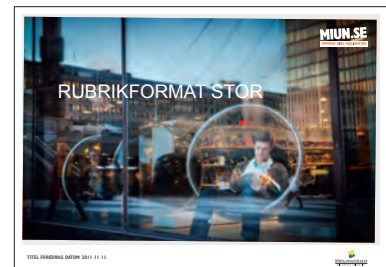
Alt. 1



Alt. 2



Alt. 3



BANNERS

Mittuniversitetets banners utformas enligt följande exempel. Tänk på att inte boka för smala bannerformat där logotypen blir för liten. Att Mittuniversitetet är avsändare ska alltid framgå tydligt.

Exempel på animerad banner

1.



2.



3.



Exempel på textbanners



Exempel på liggande textbanner



TV-GRAFIK

Mittuniversitetets TV-grafik ska följa samma grafiska ramar som övrig kommunikation. Logotypen används i inledning och slutvinjett. Vid övrig information, exempelvis namnskytt och kanalinformation används MIUN.SE tillsammans med devisen. Nedan finns exempel på detta. Om du är osäker på hur grafiken ska utformas kan du kontakta ansvarig för grafiska profilen på universitetsledningens kansli.



INLEDNING



NAMNSKYLT MOT MÖRK BAKGRUND



NAMNSKYLT MOT S/V BAKGRUND



NAMNSKYLT MOT LJUS BAKGRUND



SLUTVINJETT I



SLUTVINJETT SYNKRONISERAS MED LJUDLOGO



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

871 88 Härnösand | 851 70 Sundsvall | 831 25 Östersund
Tel: 0771-97 50 00 | Fax: 0771-97 50 01 | www.miun.se