

OPBOUW VAN HET UT MERK

UNIVERSITY OF TWENTE.

TOELICHTING: Het hoofdmerk, University of Twente, is de basis van alle communicatie naar buiten. Communicatie vanuit de profilerende thema's, de vakgroepen, clusters, faculteiten, diensten en andere eenheden wordt gedaan vanuit het hoofdmerk.

CORPORATE

THEMA'S	Improving healthcare by personalised technologies	Creating intelligent manufacturing systems	Shaping our world with smart materials	Engineering our digital society	Engineering for a resilient world
FACULTEITEN	Behavioural, Management and Social Sciences (BMS)	Engineering Technology (ET)	Electrical Engineering, Mathematics and Computer Science (EEMCS)	Technische Natuurwetenschappen (TNW)	Geo-Informatie Wetenschappen en Aardobservatie (ITC)
BIJZONDERHEDEN	UT GERELATEERDE STICHTINGEN Onafhankelijke stichtingen die sterk verweven zijn met de UT.		ITC De faculteit ITC is jaren geleden onderdeel geworden van de Universiteit Twente. Door het eigen karakter van de faculteit, waarin onderwijs en onderzoek is gebundeld, en waar de doelgroep erg verschilt van de overige eenheden binnen de Universiteit Twente heeft het ITC een status sui generis.		

ONDERWIJS

ONDERWIJS-LAGEN	PreU	Bachelor	Master	TGS	PhD	PLD	ATLAS
-----------------	------	----------	--------	-----	-----	-----	-------

TOELICHTING: Binnen de merkarchitectuur zijn enkel drie submerken van de UT te onderscheiden, de instituten. Hierbij fungeert het hoofdmerk University of Twente als paraplu, en de submerken zijn dan ook echt visueel sterker naar het corporate merk toegetrokken. Het zijn virtuele eenheden die eigenheid hebben in woordmerk, kleur en element.

INSTITUTEN

INSTITUTEN	UNIVERSITY OF TWENTE. MESA+ INSTITUTE	UNIVERSITY OF TWENTE. TECHMED CENTRE	UNIVERSITY OF TWENTE. DIGITAL SOCIETY INSTITUTE	
PROGRAMMA-LIJNEN	Materials MESA+ Institute is penvoerder	Sensing MESA+ Institute is penvoerder	e-health TechMed Centre is penvoerder	Robotica Digital Society Institute is penvoerder

TOELICHTING: Dit betreft initiatieven en projecten die een bepaalde periode extra attentiewaarde nodig hebben en de mogelijkheid krijgen zichzelf te profileren. Dit wordt goedgekeurd door het College van Bestuur.

ICOONPROJECTEN

ICOON-PROJECTEN	DESIGNLAB	CURIOUSU	INSPIREU
-----------------	-----------	----------	----------

SAMENWERKINGEN

ZWAARTE	UT LEADING	50/50	UT ONDERGESCHIKT
VOOR-BEELDEN	Wearable Robotics Lab, Fraunhofer Project Centre, samenwerkingen waar de UT enkel in participeert etc.		

TOELICHTING: Naast de huisstijl bestaat er een campagnelijijn. Deze wordt ingezet voor specifieke doelgroepen en wervende activiteiten. Waar de huisstijl over de tijd heen in de basis gelijk blijft, is het campagneconcept van tijdelijke aard. Het campagneconcept waarborgt de basis uitgangspunten van het merk, maar geeft meer visuele vrijheid.

CAMPAGNESCHIL