



# کتابچه‌ی نشان (برند)

همسان‌سازی هویت سازمانی

ویرایش پنجم

۱۴۰۰

**BRAND BOOK**

[www.tci.ir](http://www.tci.ir)







## کتابچه نشان (برند) شرکت مخابرات ایران

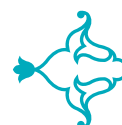
ویرایش پنجم  
۱۴۰۰

BRAND BOOK  
[www.tci.ir](http://www.tci.ir)



# کتابچه نشان (برند)

## BRAND BOOK



### همسان سازی هویت سازمانی

#### کتابچه نشان (برند)

ویرایش پنجم

#### شرکت مخابرات ایران

اداره کل ارتباطات و امور بین الملل  
اداره مدیریت برند و تبلیغات

#### تألیف و طراحی گرافیک:

سید محسن موسوی  
موسسه فرهنگی هنری پریمان اندیشه و هنر  
۸۸۰۱۴۳۲۸

#### نشانی:

تهران، خیابان سردار جنگل، نرسیده به  
چهارراه میرزاآبایی، ساختمان شهید قدیری  
تلفن: ۴۴۴۸۵۸۳۸ (۰۲۱)  
دورنگار: ۴۷۲۳۲۱۰۸ (۰۲۱)  
کد پستی: ۱۴۶۶۶۶۱۲۳  
شناسه ملی: ۱۰۱۰۳۶۴۷۲۹۰  
شماره پروانه س.ت.م: ۱۱۰۰/۱۰۰

[www.tci.ir](http://www.tci.ir)

BRAND BOOK



## فهرست

۹	..... مقدمه
۱۱	..... پالت رنگ و ساختار نشان
۱۲	..... رنگ‌های رسمی در پالت رنگی شرکت مخابرات ایران
۱۳	..... معرفی فونت‌های فارسی و انگلیسی در مجموعه تولیدات چاپی و ... مخابرات
۱۴	..... نشان شرکت مخابرات ایران
۱۵	..... نسبت‌های هندسی در نشان شرکت مخابرات ایران
۱۶	..... تناسبات و ترکیب نشان و متن فارسی (نستعلیق)
۱۷	..... تناسبات و ترکیب نشان و متن لاتین
۱۸	..... استفاده غلط از نشان شرکت مخابرات ایران
۲۰	..... حداقل و حداکثر ترام مورد استفاده در نشان شرکت مخابرات، در پس‌زمینه تولیدات چاپی
۲۱	..... حداقل و حداکثر سایز مورد استفاده نشان مخابرات در اوراق اداری
۲۲	..... رعایت فضای خالی اطراف نشانه
۲۳	..... طراحی نشان مخابرات به صورت سه‌بعدی
۲۴	..... طراحی نشان مخابرات به صورت سه‌بعدی
۲۷	..... سربرگ، کارت ویزیت پاکت نامه و اوراق اداری
۲۸	..... دستورالعمل استاندارد مکاتبات اداری
۳۰	..... اوراق اداری، ( سربرگ A۴ فارسی)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر
۳۱	..... اوراق اداری (مناطق)، ( سربرگ A۴ فارسی)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر
۳۲	..... اوراق اداری، ( سربرگ A۴ لاتین)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر
۳۳	..... اوراق اداری (مناطق)، ( سربرگ A۴ لاتین)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر
۳۴	..... اوراق اداری، ( سربرگ A۵ فارسی)، ۲۱ در ۱۴/۸ سانتیمتر
۳۵	..... اوراق اداری (مناطق)، ( سربرگ A۵ فارسی)، ۲۱ در ۱۴/۸ سانتیمتر
۳۶	..... اوراق اداری، ( سربرگ A۵ لاتین)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر
۳۷	..... اوراق اداری (مناطق)، ( سربرگ A۵ لاتین)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر
۳۸	..... کارت ویزیت، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر
۳۹	..... کارت ویزیت (مناطق)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر
۴۰	..... اوراق اداری (پاکت)، ۳۱ در ۲۴ سانتیمتر
۴۱	..... اوراق اداری (مناطق)، (پاکت)، ۳۱ در ۲۴ سانتیمتر
۴۲	..... اوراق اداری (پاکت)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر
۴۳	..... اوراق اداری (مناطق)، (پاکت)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر
۴۴	..... اوراق اداری (پاکت کوچک)، ۱۲ در ۲۲ سانتیمتر
۴۵	..... اوراق اداری (منطقه)، (پاکت کوچک)، ۱۲ در ۲۲ سانتیمتر

۴۶	پاکت پستی ( مکاتبات خارج از شرکت)، ۳۲/۵ در ۲۷/۵ سانتیمتر
۴۷	پاکت پستی ( منطقه) ( مکاتبات خارج از شرکت)، ۳۲/۵ در ۲۷/۵ سانتیمتر
۴۸	پاکت پستی ( مکاتبات خارج از شرکت)، ۲۵ در ۱۸/۵ سانتیمتر
۴۹	پاکت پستی ( منطقه) ( مکاتبات خارج از شرکت)، ۲۵ در ۱۸/۵ سانتیمتر
۵۰	طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (یادداشت کوچک)
۵۱	طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (منطقه)، (یادداشت کوچک)
۵۲	طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (یادداشت متوسط A۶)
۵۳	طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (مناطق) (یادداشت متوسط A۶)
۵۴	طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (سربرگ A۶)
۵۵	طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (سربرگ A۶) (مناطق)
۵۶	طراحی فرمت استاندارد فاکتور رسمی، به پیشنهاد وزارت اقتصاد و دارایی
۵۷	فرمت برگ خروج و ورود کالا
۵۸	طراحی فولدر شرکت مخابرات ایران
۵۹	طراحی فولدر شرکت مخابرات ایران (مناطق)
۶۰	فرم قبض مشترکین (رو)
۶۱	فرم قبض مشترکین (پشت)
۶۲	شیوه امضاء ایمیل (فارسی و انگلیسی)
۶۳	ترتیب جای‌گزینی فرم‌های اداری در کاغذ ۵۰ در ۷۰ سانتیمتر
۶۵	<b>طراحی و ساختار تابلوها</b>
۶۶	شیوه‌های طراحی تابلو
۶۷	شیوه‌های نادرست طراحی تابلو
۶۸	تابلوی اصلی شرکت مخابرات ایران
۶۹	تابلوهای واحدهای ستادی شرکت مخابرات ایران
۷۰	تابلوهای اصلی مناطق مخابراتی
۷۱	تابلوهای فرعی مناطق مخابراتی
۷۲	تابلوهای فرعی مناطق مخابراتی
۷۳	تابلوهای واحدهای ستادی
۷۴	تابلو رومیزی پرسنل
۷۵	ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی کلی)
۷۶	ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی کلی)
۷۷	ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی جزئی)
۷۸	ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی جزئی)
۷۹	طراحی و ساختار تابلوهای محوطه و فضای باز
۸۰	طراحی و ساختار تابلوهای محوطه و فضای باز

- ۸۱..... تابلوهای معرفی اتاقها، ۳۰ در ۲۰ سانتیمتر.....
- ۸۳..... جای گذاری نشان بر اشیای منقول و اقلام تبلیغاتی.....
- ۸۴..... جای گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل و محل قرار گرفتن تبلیغات (سواری).....
- ۸۵..... جای گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (سواری) (مناطق).....
- ۸۶..... جای گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (سواری).....
- ۸۷..... جای گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (کامیون و باربرها).....
- ۸۸..... جای گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (کامیون و باربرها) (مناطق).....
- ۸۹..... جای گذاری نشان مخابرات در اقلام تبلیغاتی (مناطق).....
- ۹۰..... جای گذاری نشان مخابرات در اقلام تبلیغاتی.....
- ۹۱..... پیشنهاد جای گذاری نشان مخابرات بر لیوان، لیوان کاغذی و بطری آب گرم.....
- ۹۲..... محل قرارگیری نشان مخابرات در ساعت دیواری گرد.....
- ۹۳..... پیشنهاد فرم، طرح و پالت رنگی تقویم رومیزی.....
- ۹۴..... پیشنهاد فرم، طرح و پالت رنگی دفتر دستیار.....
- ۹۵..... رنگ بندی و جنسیت نشان شرکت مخابرات ایران در اقلام تبلیغاتی.....
- ۹۶..... محل درج نشان شرکت مخابرات، روی لباس پرسنل خدماتی (چاپ سیلک).....
- ۹۷..... محل درج نشان شرکت مخابرات، روی لباس پرسنل خدماتی (چاپ سیلک).....
- ۹۸..... محل قرار گرفتن و نصب بچ.....
- ۹۹..... ترکیب رنگ لباس فرم بانوان.....
- ۱۰۰..... ترکیب رنگ لباس آقایان.....
- ۱۰۱..... شیوه تکرار متوالی نشان.....
- ۱۰۲..... جعبه های مخابراتی (کافو).....
- ۱۰۳..... جای گذاری نشان در بیلبوردها و استندهای تبلیغاتی و کادر تلویزیونی - Co branding.....
- ۱۰۴..... پلاک امضاء و نشان مخابرات در بیلبوردها.....
- ۱۰۵..... پلاک امضاء و نشان مخابرات در بیلبوردها و هوردینگ (Hording).....
- ۱۰۶..... پلاک امضاء و نشان مخابرات در بیلبوردها.....
- ۱۰۷..... پلاک امضاء و نشان مخابرات در موپیس (Muppies).....
- ۱۰۸..... پلاک امضاء و نشان مخابرات در موپیس (Muppies).....
- ۱۰۹..... استندهای نمایشگاهی.....
- ۱۱۰..... تبلیغات استربرد و جای گذاری پلاک نشان بر روی آن.....
- ۱۱۱..... نمایش کوچکترین و بزرگترین اندازه استفاده نشان مخابرات در یک کپشن تلویزیونی.....
- ۱۱۲..... نمایش ساختار زیرنویس تلویزیونی (محل جای گزینی نشان شرکت مخابرات ایران).....
- ۱۱۳..... نمایش جایگاه پلاک نشان مخابرات در کادر تلویزیون (محل جای گزینی نشان شرکت مخابرات ایران).....
- ۱۱۴..... نحوه استفاده از نشان شرکت مخابرات ایران در کنار دیگر نشانها.....

- نحوه استفاده از نشان شرکت مخابرات ایران در کنار دیگر نشان‌ها ..... ۱۱۵
- طراحی غرفه‌های تبلیغاتی و امور وابسته به آن ..... ۱۱۷**
- ساختار غرفه‌های نمایشگاهی ..... ۱۱۸
- ساختار غرفه‌های نمایشگاهی ..... ۱۱۹
- ساختار غرفه‌های نمایشگاهی ..... ۱۲۰
- ساختار غرفه‌های نمایشگاهی ..... ۱۲۱
- پیشنهاد پالت رنگی اتاق‌های ویدئو کنفرانس ..... ۱۲۲
- پیشنهاد پالت رنگی اتاق‌های ویدئو کنفرانس ..... ۱۲۳
- استند بروشور، روزنامه و مجلات ..... ۱۲۴
- رنگ‌بندی و ساختار نشان در فضای مجازی - صفحات وبسایت ..... ۱۲۵**
- صفحه اول تارنمای شرکت مخابرات ایران ..... ۱۲۶
- ساختار پاورپوینت ..... ۱۲۷
- ساختار پاورپوینت ..... ۱۲۸

## مقدمه

## تاریخچه:

مجلس شورای ملی در آذر ۱۳۳۱، لایحه ملی شدن شرکت مخابرات ایران را به تصویب رساند. این شرکت برای تمرکز امور مخابراتی و ارتباطی در داخل کشور و برقراری تماس با دیگر کشورهای جهان، در ۱۳۵۰ از ادغام شرکت سهامی تلفن و امور تلگراف با سرمایه‌ای بالغ بر پنج میلیارد ریال تأسیس شد. این شرکت، دارای ۳۱ منطقه مخابراتی و مالک شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه اول) است. به دلیل افزایش جمعیت شهرها و ضرورت ایجاد ارتباط بین نقاط دور و نزدیک، بموجب قانون تأسیس و اساسنامه شرکت مخابرات ایران مصوب خرداد ماه ۱۳۵۰، شرکت سهامی تلفن ایران، منحل و تمامی دارایی‌ها و دیون و مطالبات و تأسیسات و کارکنان آن به شرکت جدید التاسیسی به نام مخابرات منتقل شد و از سال ۱۳۵۱ امور تلگراف و تلفن و بی سیم و همه تجهیزات مخابراتی وزارت پست و تلگراف و تلفن، با شرکت سهامی در هم ادغام شدند و سازمان جدیدی به نام شرکت مخابرات ایران پدید آمد که از آن تاریخ تا امروز به همین نام و تحت نظارت وزارت پست و تلگراف و تلفن فعالیت داشته است.

## «برند مخابرات را بیشتر بشناسیم»

پیشرفت و توسعه فن آوری در جهان بر همه ی فعالیت های انسان تاثیر گذار بوده است و هم زمان با این امر، توسعه ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی نیز توانسته است تبادل اطلاعات و اطلاع رسانی را در جهان به صورت گسترده ای جریان دهد. انسان امروزی به هر شکل و در هر کجا که زندگی می کند با توجه به نیازهای متنوع و روز افزونی که دارد، خواه ناخواه با دنیایی از نامها، علائم، تابلو ها، و ابزارهای تبلیغاتی سر و کار دارد. در این میان آگاهی از برند به عنوان یک الزام استراتژیک مطرح می گردد که سازمان ها را جهت خلق ارزش بیشتر برای مشتریان و همچنین ایجاد مزیت های رقابتی پایدار یاری می کند.

شرکت مخابرات ایران، در سال ۱۳۵۴ دارای یک «آرم» شد، که پیشینه ای دارد و گفته خواهد شد و اکنون - پس از خصوصی شدن در سال ۱۳۸۸ - می کوشد که آرم و نشان آن به یک «برند brand»، یعنی به یک نشان برتر با امتیاز هایی در عرضه ی کالا و خدمات خود، در میان رقبایان، نامور شود.

یک آرم، ویژگی های یک محصول یا مؤسسه را نشان می دهد. هر نشان باید دارای مفهوم و محتوا و هماهنگ با دانش روز باشد. همچنین، نشانه ی یک نهاد، باید خاص بوده، از نشان های دیگر مؤسسات، جدا و متمایز باشد. علاوه بر جذابیت و دیدنی بودن، یک نشان خوب باید ساده و گویا باشد، تا سریع در ذهن ها نقش بندد. به گونه ای که در هر جا و هر گاه، طرح و رنگ آن آرم برای عموم مردم، القاء کننده ی خدمات آن سازمان و یا شرکت باشد. از اینرو برای تمام بنگاه ها، وجود یک آرم، ضروری به نظر می رسد. مسلماً نفس تابلو و آرم مهم نیست، مهم نقش آن و طراحی و ترکیب رنگ و زیبایی آن است که مشتری را به خود جلب کند و این کار نیاز به تخصص و تجربه دارد.

## ویژگی ها یک آرم امروزی

باید بدانیم که این تعاریف یاد شده همواره نسبی بوده، بر اثر مرور زمان، با پیشرفت فناوری و ارتقای سطح اطلاع و دانش بشر، همواره دستخوش تغییر است. مثلاً با توجه به نوع فناوری در زمان حاضر، یک آرم علاوه بر موارد ذکر شده باید دارای قابلیت های زیر باشد:

- قابلیت تبدیل به مهر
- قابلیت تبدیل به حجم
- قابلیت تبدیل به انیمیشن (تصویرهای مجازی سه بعدی)
- چاپ در ابعاد بسیار کوچک و استفاده در ابعاد بسیار بزرگ
- قابلیت بکارگیری چند رنگ در طرح

## انواع آرم

- آرم تصویری: دید در طبیعت دارد.
- آرم نوشتاری: از مجموع چند کلمه و حرف تشکیل می شود.
- آرم تلفیقی: در نوشته از یک تصویر هم استفاده می شود.
- آرم انتزاعی: برگرفته از طبیعت است و مفهومی می باشد. یعنی ارتباط مستقیم و غیر مستقیم با موضوع ندارد و مفهومی می باشد. می تواند هندسی یا آزاد باشند.

**ویژگی یک آرم مناسب:** سادگی و به یاد ماندنی، جذاب و ارزش آفرین، منحصر به فرد، برخوردار از رنگی مرتبط، دارای تصویری مناسب، انعطاف پذیر در گذر زمان، به یاد ماندنی و دوست داشتنی، انطباق پذیر و سازگار با تبلیغات، یادآور فعالیت سازمانی، آرم باید مانند یک دوست صمیمی جای خود را در دل ها و ذهن ها باز کند.

## و اینک نگاهی به آرم شرکت مخابرات ایران

اشاره - پس از شکل گیری و تاسیس شرکت مخابرات ایران در سال ۱۳۵۰ بحث تعیین و طراحی آرم برای شرکت مخابرات در مدیریت وقت مطرح شد و در سال ۱۳۵۴ طراحی آرم در بین دانشجویان دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران به مسابقه گذاشته شد، در بین طرح های عرضه شده، طرح آقای رحمان پارسا دانشجوی طراحی صنعتی پذیرفته شد و از آن زمان تا کنون به عنوان آرم شرکت مخابرات ایران معرفی شده است و در سال ۱۳۹۷ بعد از گذشت ۶۵ سال از ملی شدن مخابرات ایران به ثبت رسید.

(در پایان سال ۱۳۸۹) کتابچه برند مخابرات تدوین شد و در آن چگونگی چاپ گونه های سربزرگ و چگونگی استفاده از آرم مخابرات آمده و به عنوان دستورالعمل مصوب هیات مدیره برای مخابرات همه ی استان ها ابلاغ شده است.

### بررسی و تحلیل ابعاد هنری، فنی و اطلاع رسانی آرم شرکت مخابرات ایران

آرم مخابرات، از لحاظ فنی همان گونه که ملاحظه می شود، از دو فلش، نیم دایره های موجی متحد المركز و یک علامت پالس که از فضای بین دو فلش حاصل شده، تشکیل گردیده و مجموعاً یک دایره را می سازد. دو فلش در دو جهت مخالف یکدیگر قرار دارند و با هم ترکیب شده اند و در واقع حرکت رفت و برگشت را بازگو می کنند، مثلاً رفت و برگشت صدا و یا هر پیام ارتباطی دیگر.

خط شکسته ی درون آرم که در فضای بین دو فلش قرار دارد، در واقع نشانگر پالس مخابراتی است. معمولاً برش عمودی امواج (الکتریکی، صوتی و یا هر نوع موج فیزیکی) به شکل پالس، سیگنال و... است.

انتهای هر فلش نیم دایره های متحد المركزی قرار دارد که سیاهی و سفیدی های آن ها بازگو کننده ی امواج از بالاست. امواج الکتریکی پایه و اساس مخابرات است. همان گونه که سنگی را درون آب می اندازید، امواج متحدالمركزی بر سطح آب ظاهر می شود و این امواج در جهت پیرامون فضای آب (حوض یا استخر و یا...) به حرکت در می آید و تا جایی ادامه می یابد که محیط انتقال موج ادامه دارد و در نهایت بر اثر مستهلک شدن نیروی اولیه ی وارد شده بر سطح آب (بر اثر سنگ) موج حاصل می میرد و استهلاک می یابد. چرا که هر موجی در طبیعت حالت میرایی دارد و امواج مخابراتی هم معمولاً در محیط انتقال خود (اعم از سیم، کابل، فیبرنوری) میرایی دارند و معمولاً در مسیر خود سامانه ها یا امکانات فنی به نام رپیتر امواج را تقویت می کنند و ادامه می دهند. در حال حاضر امواج مخابراتی صدا، تصویر، دیتا (اطلاعات) و حتی تصویر های متحرک (فیلم) را از یک سامانه ی مخابراتی (مبدأ) به سامانه ی مخابراتی دیگر (گیرنده) انتقال می دهند. آرم مخابرات ایران چون بر اساس موج طراحی شده به رغم توسعه و رشد کمی و کیفی فناوری مخابرات و افزایش ظرفیت آن همچنان بازگو کننده ی چیستی، چگونگی، معنا، مفهوم و وظایف مخابرات است.

با توجه به ابعاد وسیع و پرمعانی آرم فعلی مخابرات که با گذشت ۴۳ سال از طراحی آن هنوز ماندگار می باشد چرا که تمام ویژگی های یک آرم را دارا می باشد. پیشنهاد می گردد شرکت مخابرات ایران و تمام شرکت های زیر مجموعه و استانی از شکل یکسان آرم استفاده کنند. چنانکه ملاحظه می شود هر کدام از استانها در حاشیه آرم مواردی را افزوده اند و این امر لطمه به انسجام و یکدستی آرم اصلی منجر گشته است.

**عبارت « شرکت مخابرات ایران » به خط رسمی و ملی کشور ایران، یعنی خط « نستعلیق » است؛ و همه جا باید از این خط بهره گرفته شود؛ و در واقع این خط جزو آرم و نشانه ی شرکت مخابرات ایران است.**

### - تعریف شعار برندینگ

هویت کلامی اولین و فراگیرترین بخش هر برند است که مخاطب با آن روبرو می شود. امروزه برندها برای حضور همیشگی در ذهن مشتریان و یادآوری رسالت و فلسفه وجودی خود به مشتریان و کارکنانشان دست به انتخاب شعارهای سازمانی می زنند. شعار انتخاب شده درکنار نام تجاری و لوگو می تواند نقش بسیار مهمی در جایگاه یابی و یادآوری نام شرکت بازی کند. علاوه براین، شعارها بیانگر اهداف و نگاه برند نیز هستند.

در حقیقت شعار برند، مختصرترین و ظریف ترین شکل از بزرگ ترین ادعای یک سازمان است.

شعار سازمانی در مجموعه، به عنوان اهرمی نیرومند که مسیر نیل به اهداف سازمانی را هموار می سازد، در مدیریت علمی امروز مورد توجه فراوان است.

به همین منظور و برای اشاعه و فرهنگ سازی مفهوم «شعار» بر اساس وظایف و کارکردهای سازمان و تسهیل ارتباط بین برند و مخاطب، و همچنین تقویت روحیه مشارکت و ارج نهادن به نظرات کارکنان و مشتریان سازمان، ارائه شعار شرکت مخابرات ایران از طریق فراخوان و با مشارکت عموم مردم، کارکنان و مشتریان در نظر گرفته شد.

بعد از اتمام مهلت فراخوان، و با توجه به ویژگی های شعار سازمانی بر اساس استانداردهای جهانی از جمله معرف سازمان بودن، خلاصه بیانیه ماموریت سازمان بودن، به صورت کلامی معرف برند بودن، برند را متمایز کردن، به راحتی قابل فهم بودن و در ذهن ماندن، شعار «ارتباطی فراگیر» به عنوان شعار برند شرکت مخابرات ایران در شهریور ماه ۹۷ برگزیده شد.

## پالت رنگ و ساختار نشان

## ■ رنگ‌های رسمی در پالت رنگی شرکت مخابرات ایران

در اوراق رسمی و ست اداری (Stationery) شرکت مخابرات ایران، (شامل سربرگ، پاکت نامه، کارت ویزیت، یادداشت، کارت احترام، فلایرها و ...) باید از رنگهای رسمی این شرکت استفاده شود. همچنین در تبلیغات و طراحی های دیگر بهتر است از این رنگها به عنوان رنگهای غالب استفاده گردد.  
این رنگها عبارتند از:

سرمه‌ای مخابرات

C:100 / M: 80 / Y: 0 / K: 0

این رنگ، تنالیت ۲۰ درصدی از رنگ سرمه‌ای مخابرات است. در صورت استفاده گسترده در امور چاپی و غیره، باید به صورت ساختگی آماده شود.

C:20 / M: 16 / Y: 0 / K: 0

فیروزه‌ای مخابرات

C:100 / M: 30 / Y: 0 / K: 0

مشکی کامل

C:0 / M: 0 / Y: 0 / K:100

خاکستری

C:0 / M: 0 / Y: 0 / K:30

قرمز

C:0 / M: 100 / Y: 100 / K:0

نارنجی

C:0 / M: 38 / Y: 100 / K:0

کرمی

C:0 / M: 5 / Y: 15 / K:0

سبز

C:90 / M: 0 / Y: 100 / K:0



■ معرفی فونت‌های فارسی و انگلیسی در مجموعه تولیدات چاپی و ... مخابرات

۱- فونت انگلیسی، Areal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
=-+ \_()\*!@#\$%":}{

۲- فونت انگلیسی، Areal بولد (bold)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**=-+ \_()\*!@#\$%":}{**

۳- فونت فارسی، یاقوت

آ ا ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز س ش ص  
ض ط ظ ع غ ف ق ک گ ل م ن و ه ی  
۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹  
%\*!؟ «»::: + { } ( ) - =

۳- فونت فارسی، یاقوت بولد (bold)

**آ ا ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز س ش ص**  
**ض ط ظ ع غ ف ق ک گ ل م ن و ه ی**  
**۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹**  
**%\*!؟ «»::: + { } ( ) - =**

## ■ نشان شرکت مخابرات ایران

در تمام جهان، شرکت مخابرات ایران را با این نشانه می شناسند، لذا همه ما باید در حفظ و حراست بصری این نشانه، تمام تلاش خود را میزول **بداریم**. هر تغییری در این نشانه موجب تضعیف برند معتبر این نشانه خواهد شد. برای این منظور ابتدا می بایست از تمامی کارکنان شرکت درخواست نماییم که مجدانه در حفظ و رعایت قواعد اجرای این نشانه کوشا باشند.

**جمله «سهامی عام» جزء لاینفک زیر نویس نشانه است.**

خط نستعلیق سرآمد کلیه خطوط و معرف هویت نوشتار ایرانی است. لذا با رعایت اجرای دقیق تناسبات این خط، برزینت نشانه شرکت مخابرات ایران بیافزاییم.



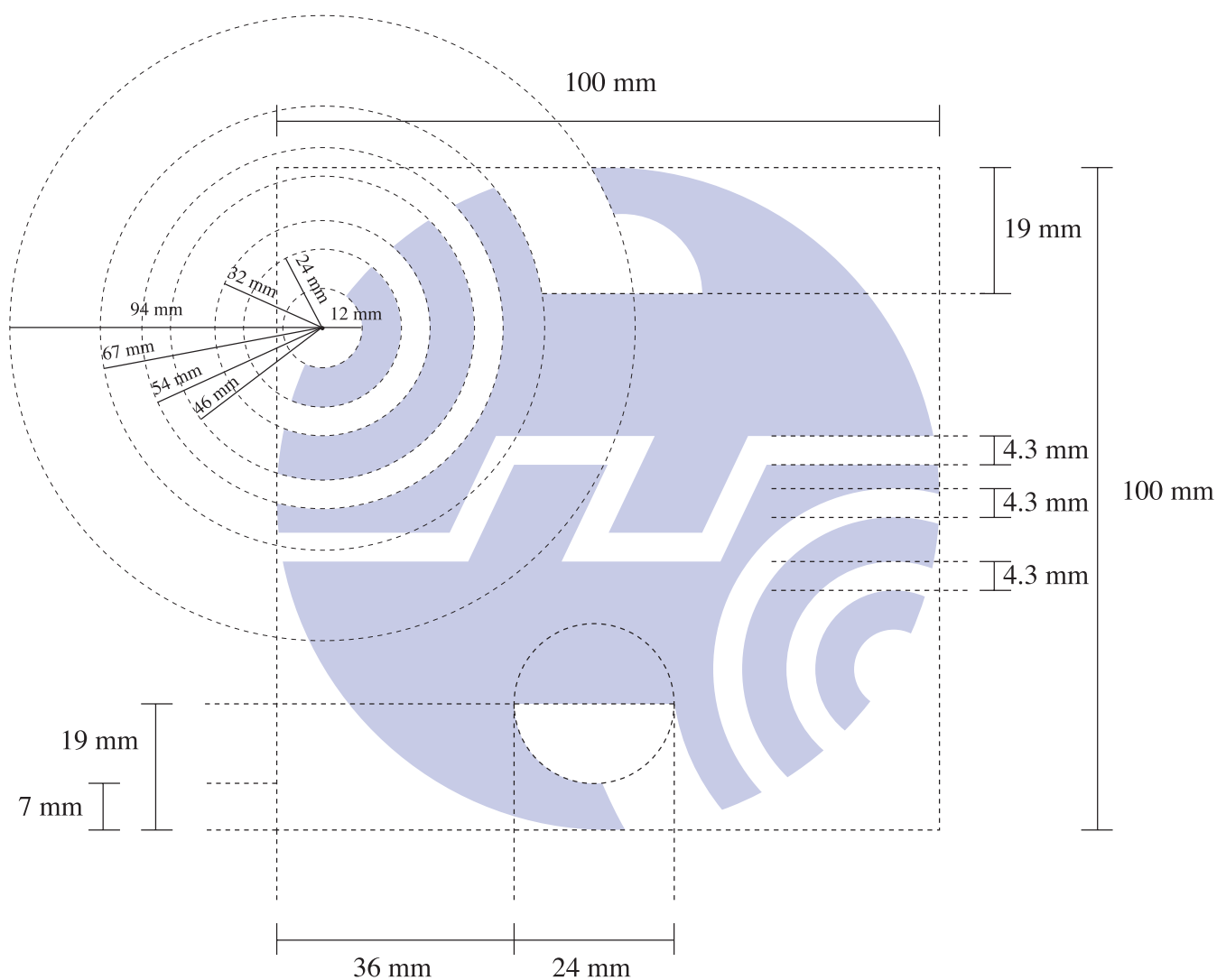
شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

100 C  
80 M

100 K

## ■ نسبت‌های هندسی در نشان شرکت مخابرات ایران

اجزای مختلف نشانه شرکت مخابرات ایران نسبت‌های زیر را با هم دارند. این تناسب‌ها به هیچ وجه نباید تغییر کند. از این تناسب‌ها می‌توانید در سایزهای متفاوتی از نشانه استفاده کنید. امروزه با برخورداری از تکنولوژی رایانه با تغییر مقیاس دادن این نشانه، تمام ابعاد به درستی حفظ خواهند شد.



## ■ تناسبات و ترکیب نشان و متن فارسی (نستعلیق)

نشانه ها معمولاً باید از لحاظ تناسب شکلی و فرم دیداری با زیر نویس نشان که معمولاً همان توضیح نشان است، هماهنگ باشند؛ به همین جهت، به تناسب نوع قلمی که برای توضیح نشان مورد استفاده قرار می گیرد، ترکیب اندازه نشان و نوع قلم نیز مشخص می گردد. مثلاً در توضیح نشان با قلم نستعلیق، **نسبت دو به یک** نسبتی مناسب و ترکیبی فاخر است.



شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)





## ■ تناسبات و ترکیب نشان و متن لاتین

در مورد توضیح لاتین نشانه نیز، به علت اینکه قلمهای لاتین می توانند در مواردی با تغییر فاصله بین حروف، جمع تر یا بازتر نوشته شوند و همچنین در دو یا سه کرسی اجرا گردند، نسبت دو به یک متناسب است.



**(TCI)**

**TELECOMMUNICATION  
COMPANY OF IRAN  
(PUBLIC JOINT - STOCK CO.)**

	1	2	
			1
			2
			3
			4
			5
	<b>(TCI)</b>		6
	<b>TELECOMMUNICATION</b>		7
	<b>COMPANY OF IRAN</b>		8
	<b>(PUBLIC JOINT - STOCK CO.)</b>		9

## ■ استفاده غلط از نشان شرکت مخابرات ایران

- ۱- به هیچ وجه نشانه شرکت مخابرات ایران را تغییر ندهید.
- ۲- چیزی به آن اضافه یا از آن کم نکنید.
- ۳- به هیچ وجه رنگ نشانه را تغییر ندهید.
- ۴- نشانه شرکت مخابرات ایران را بر روی زمینه های رنگی استفاده نکنید.
- ۵- در صورت استفاده در دیگر اقلام چاپی مثل پوستر، کاتالوگ، بروشور و غیره بهتر است برای استفاده نشانه بر روی زمینه رنگی از حالت نگاتیو نشانه استفاده شود.
- ۶- در محصولات تک رنگ چاپی می توان نوشته شرکت مخابرات ایران یا هر متن دیگری که در زیر نشانه می آید را با رنگ اصلی نشانه چاپ کرد.



نشانه دو رنگ با ترکیب مشکی و سرمه ای با این شیوه غلط است.



نشانه تک رنگ سرمه ای صحیح است.



نشانه دورنگ صحیح است.



نشانه تک رنگ مشکی صحیح است.



اجزای نشانه را جا به جا نکنید.  
فقط در موارد خاص که توضیح داده می شود.



اجزای نشانه را جا به جا نکنید.  
فقط در موارد خاص که توضیح داده می شود.



به هیچیک از اجزای نشانه سایه ندهید.



نشانه را در پرسپکتیو اجرا نکنید.



رنگ نشانه را تغییر ندهید.



زاویه نشانه را تغییر ندهید.



نشانه را آینه ای نکنید.



نشانه را با کادر استفاده نکنید.



نشانه را به صورت نگاتیو استفاده نکنید.  
فقط در موارد خاص که توضیح داده می شود.



از دایره اضافه استفاده نکنید.



از دایره اضافه و نگاتیو استفاده نکنید.



نشانه را از عرض نکشید.



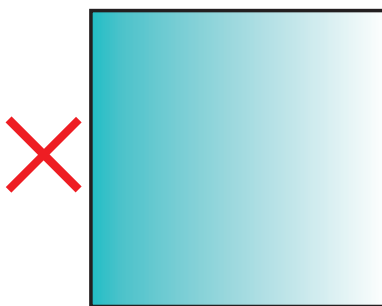
نشانه را از طول نکشید.



اجزای نشانه را بزرگ یا کوچک نکنید.



برای کل نشانه کادر استفاده نکنید.



نشانه را بر روی زمینه مزاحم استفاده نکنید.



نشانه را با دورخط استفاده نکنید.

## ■ حداقل و حداکثر ترام مورد استفاده در نشان شرکت مخابرات، در پس زمینه تولیدات چاپی

در محصولات چاپی برای نمایش نیم سایه های نشانه ها در زمینه، معمولاً از ترام ۱۰ درصد استفاده می شود. استفاده بالاتر از این ترام، موجب پررنگ شدن زمینه و کمتر از آن ممکن است موجب شود که چاپ به صورت یکدست اجرا نشود.

%۱۰۰ %۹۰ %۸۰ %۷۰ %۶۰ %۵۰ %۴۰ %۳۰ %۲۰ %۱۰



%۱۰



%۱۰۰





## ■ حداقل و حداکثر سایز مورد استفاده نشان مخابرات در اوراق اداری

- ۱- سایز استفاده از نشانه فقط در بخش دایره نشانه نباید از یک سانتیمتر کمتر باشد.
- ۲- همچنین در بزرگترین اقلام چاپی ست اداری (Stationery) مثلاً پاکت A3 نباید سایز دایره نشانه از ۳ سانتیمتر بزرگتر باشد.
- ۳- در دیگر موارد تبلیغاتی در قطع های بزرگ اندازه دایره نشانه متناسب با اصول طراحی صورت می پذیرد.

1 cm

شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

### Minimum Size

2 cm

شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

### Medium Size

3 cm

شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

### Maximum Size

## رعایت فضای خالی اطراف نشانه

۱- همیشه می بایست فضایی به اندازه باکس مجازی اطراف نشانه به اضافه ارتفاع حرف الف نوشته نستعلیق ایران برای فضای تنفس نشانه استفاده شود تا نشانه بر اثر فشار عناصر بصری دیگر تضعیف نشود.



## طراحی نشان مخابرات به صورت سه‌بعدی

امروزه نرم افزارهای متنوعی برای ساخت سه‌بعدی از اشکال دوبعدی موجود است، اما بهترین نرم‌افزار، برای انجام طرح‌های سه‌بعدی، نرم‌افزار 3D MAX است. فاصله بین فضاهای منفی غالب هر نشان، تعیین‌کننده مقدار حجمی است که می‌تواند آن نشان از آن برخوردار باشد. مثلاً در نشان مخابرات، قطر خطوط سفیدی که دایره متحد‌المركز را شکل داده‌اند، معادل حجمی است که باید در حالت سه‌بعدی به این نشان اختصاص داد.

حجم یا بعد سوم نشان

فاصله بین فضاهای منفی



شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

### طراحی نشان مخابرات به صورت سه‌بعدی

نشان شرکت مخابرات به شیوه زیر، می‌تواند به صورت سه‌بعدی جهت طراحان گرافیک و نمونه‌سازی‌های تبلیغاتی و حجم‌سازان، مورد استفاده قرار بگیرد. باید توجه داشت که قبل از هر تولیدی به صورت سه‌بعدی از نشان مخابرات، ابتدا موکاپ (mock up) آن طراحی را اجرا نمود و پس از تأیید مدیران وقت، به تولید رسانید.









# سربرگ، کارت ویزیت پاکت نامه و اوراق اداری

## دستورالعمل استاندارد مکاتبات اداری

سایز ۱۳ یاقوت

تاریخ: ۹۵/۷/۲۶

شماره: الف-۱۳۹۵

پیوست: دارد

سایز ۱۳ یاقوت

بسمه تعالی



**شرکت مخابرات ایران**  
(سامی ۳۴)

شماره ثبت: ۳۲۵۰۸۱  
ارتباطی خراسان

سایز ۳۳ یاقوت ←

**محرمانه**

سایز ۹ یاقوت →

mm 15

mm 23

جناب آقای مهندس بیدخام (Bold) (سایز ۱۵ یاقوت)

mm 23

مدیرکل محترم ارتباطات و امور بین الملل شرکت مخابرات ایران (Bold) (سایز ۱۴ یاقوت)

موضوع: ارائه مطلبی در مورد ساختار گرافیکی نامه های اداری (Bold) (سایز ۱۴ یاقوت)

با سلام و احترام (Bold) (سایز ۱۳ یاقوت)

(سایز ۱۳) بدینوسیله به استحضار می رساند با توجه به اصول زیبایی شناختی فونت فارسی، پیشنهاد می گردد از مجموعه فونتهایی که تحت عنوان نسخ روزنامه ای شناخته می شوند، برای تایپ نامه های اداری استفاده شود. نمونه ای از این فونت ها عبارتند از: یاقوت، زر و میترا که از نظر زیبایی، فونت یاقوت بر دو نمونه دیگر ارجحیت دارد. قابل ذکر است در صورت استفاده از فونت یاقوت، سایز فونت بهتر است ۱۳ باشد.

(سایز ۱۳) نمونه فونت یاقوت، جهت تایپ نامه های اداری (Regular)، نمونه فونت یاقوت، جهت تایپ نامه های اداری (Bold)

(سایز ۱۲) نمونه فونت میترا، جهت تایپ نامه های اداری (Regular)، نمونه فونت میترا، جهت تایپ نامه های اداری (Bold)

- فاصله بین سطرها (Leading)، تقریباً دو واحد بالاتر از سایز اتوماتیک در نرم افزارهای تایپ، معادل عدد ۱۸ PT می باشد.

- فاصله بین کلمات (Kerning)، تقریباً معادل انتخاب اتوماتیک در نرم افزارهای تایپ، معادل عدد صفر می باشد. اما برای انسجام بهتر حروف و کلمات در کنار یکدیگر، عدد منفی ۱۰ (-10) پیشنهاد می گردد. ( قابل ذکر است متن مورد مطالعه حضرتعالی در این نامه با همین مختصات تایپ شده است.)

- متعادل سازی (Justify) در باکس فونت نامه های اداری، امروزه خیلی تابع ستون بندی کتاب و روزنامه نیست و معمولاً انتهای هر سطر با توجه به تعداد کلمات، کوتاه و بلند می شود، درست مثل همین نامه، اما کل متن، تابع یک باکس کلی است که وقتی کلمات به آنجا می رسند، اتوماتیک به سطر بعدی منتقل می گردند. ( در نامه های لاتین نیز به همین شکل است.)



www.tci.ir

100 C , 80 M

**۱۰ یاقوت**

100% Black

**اداره کل ارتباطات  
و امور بین الملل**

تهران، خیابان سردار چنگل  
نرسیده به چهارراه میرزا ابابابی  
ساختمان شهید قدیری  
تلفن: ۴۴۴۸۵۸۳۸ (۰۲۱)  
دورنگار: ۴۷۲۳۲۱۰۸ (۰۲۱)  
کد پستی: ۱۴۶۶۶۶۱۲۳  
شناسه ملی: ۱۰۱۰۳۶۷۲۹۰  
شماره پروانه س.ت.م: ۱۰۰/۱۱۰۰





شرکت مخابرات ایران  
(سامی نام)

شماره ثبت: ۳۲۵۰۸۱

ارتباط طرح فراگیر

## دستور العمل استاندارد مکاتبات اداری

تاریخ: ۹۵/۷/۲۶

شماره: الف-۱۳۹۵

پیوست: دارد

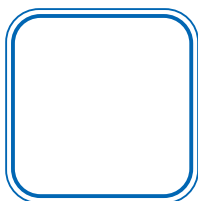
- یکی از مسائل مهم در نامه های اداری موضوع بایگانی است که در هر شرکتی به شیوه ای متفاوت اجرا می گردد، آنچه مهم است اینکه در کناره های صفحه همیشه باید فضایی برای بخش چپ و راست که در آنجا پانچ صورت می گیرد، فضای سفید در نظر داشته باشیم.
- کلیه مطالب، غیر از موضوع نامه، راست چین است.
- در متن نامه، موضوعات مهم تر و درجه اول، می تواند بولد شود.
- موضوعات درجه دوم، می تواند ایرانیک شود.
- بخش امضاء در زیر متن و بخش منتهی الیه سمت چپ است به شرط آنکه از باکس اصلی فونت خارج نشود و به ترتیب به صورت وسط چین، ابتدا، در صورت لزوم، ادای احترام و سپس نام نویسنده نامه و در نهایت، عنوان ایشان درج می گردد.
- رونوشت، معمولاً در انتهای نامه درج می گردد.
- فونت خرمشهر، معادل فونت یاقوت و در سیستم اپل مکینتاش استفاده می شود.
- نوع کاغذ، تحری ۸۰ گرمی سفید پیشنهاد می گردد.
- فاصله نگارش متن از کنار صفحات، ۲۳ میلیمتر از هر طرف می باشد تا در صورت پانچ صفحات جهت بایگانی، از متن چیزی حذف نگردد.
- تعداد کلمات در هر صفحه A4، حدوداً ۵۰۰ کلمه و قاعدتاً در صفحات A5، حدوداً ۲۵۰ کلمه پیشنهاد می گردد.
- نهایتاً بخش زیادی از زیبا سازی صفحه، به عهده تایپیست و هنر نمایی او می باشد.

سایز ۱۴ یاقوت

با احترام

سید محسن موسوی

مدیر عامل موسسه هنری پریمان



رونوشت:

- جناب آقای ...

- جناب آقای ...

اداره کل ارتباطات  
و امور بین الملل

100 C , 80 M

یاقوت ۱۰

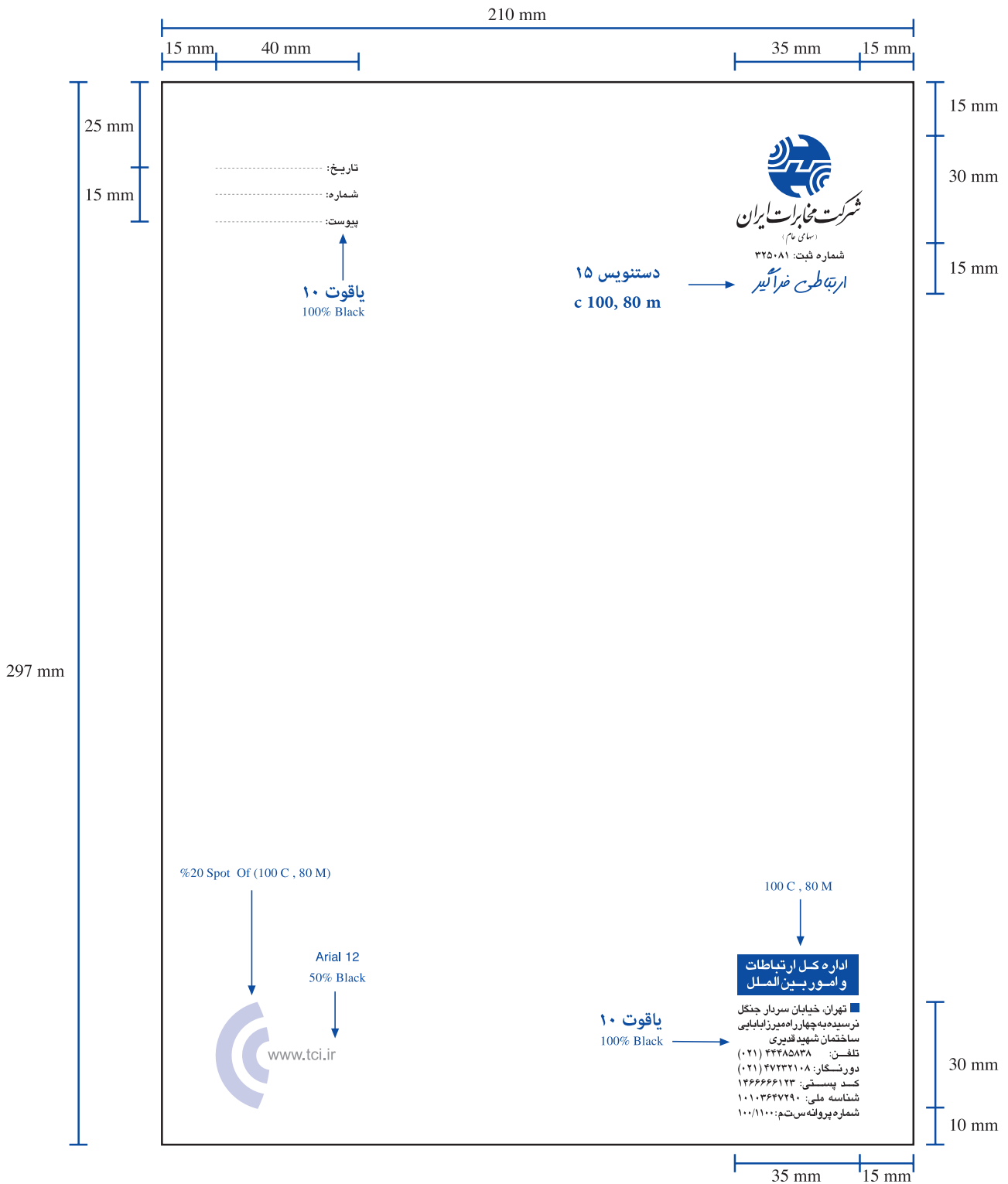
100% Black

تهران، خیابان سردار جنگل  
نرسیده به چهارراه میرزا بابایی  
ساختمان شهید قدیری  
تلفن: ۴۴۴۸۵۸۳۸ (۰۲۱)  
دورنگار: ۴۷۲۳۲۱۰۸ (۰۲۱)  
کد پستی: ۱۴۶۶۶۶۱۲۳  
شناسه ملی: ۱۰۱۰۳۶۷۲۹۰  
شماره پروانه ستیم: ۱۰۰/۱۱۰۰

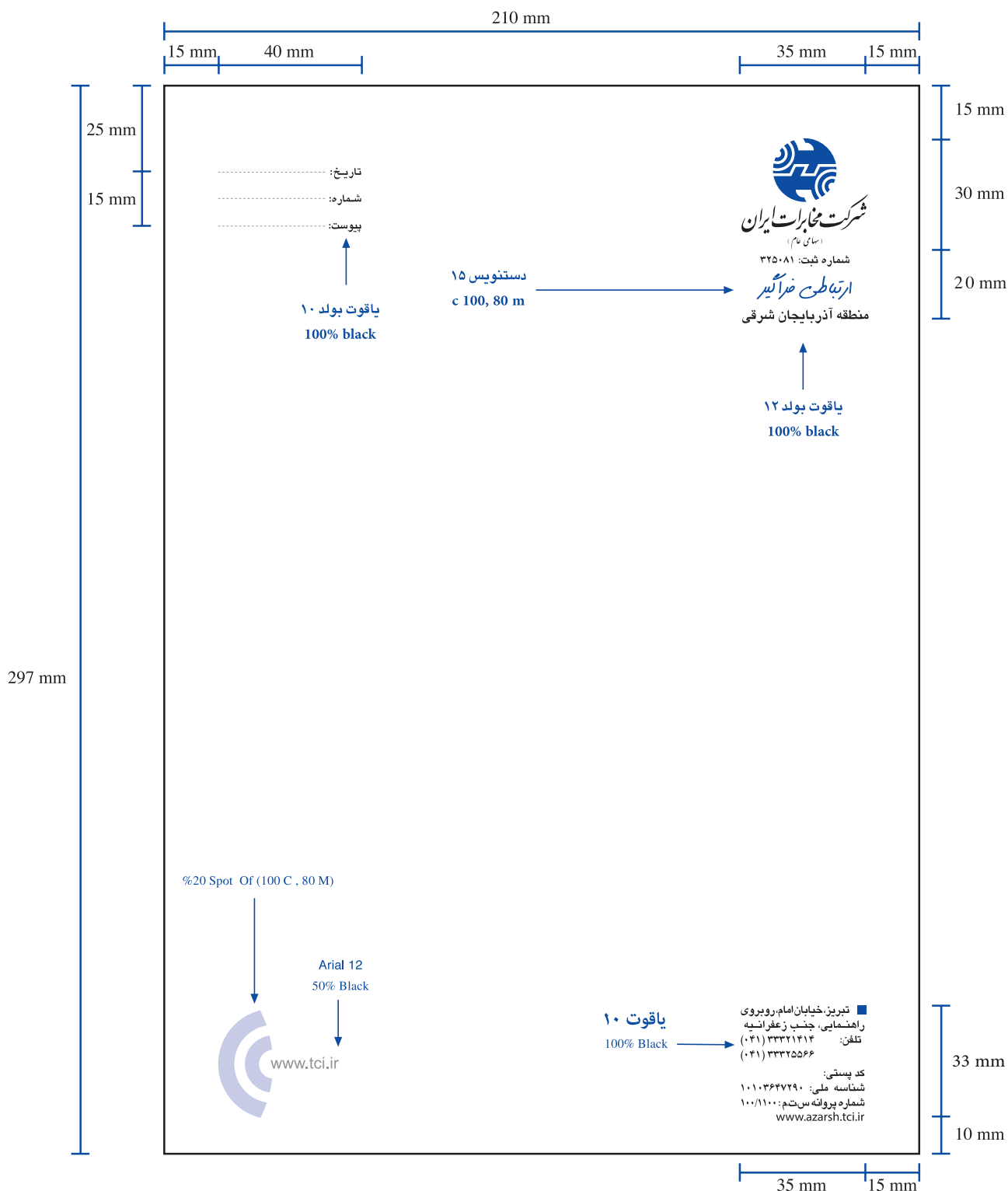


www.tci.ir

■ اوراق اداری، ( سربرگ A۴ فارسی)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک هشتم

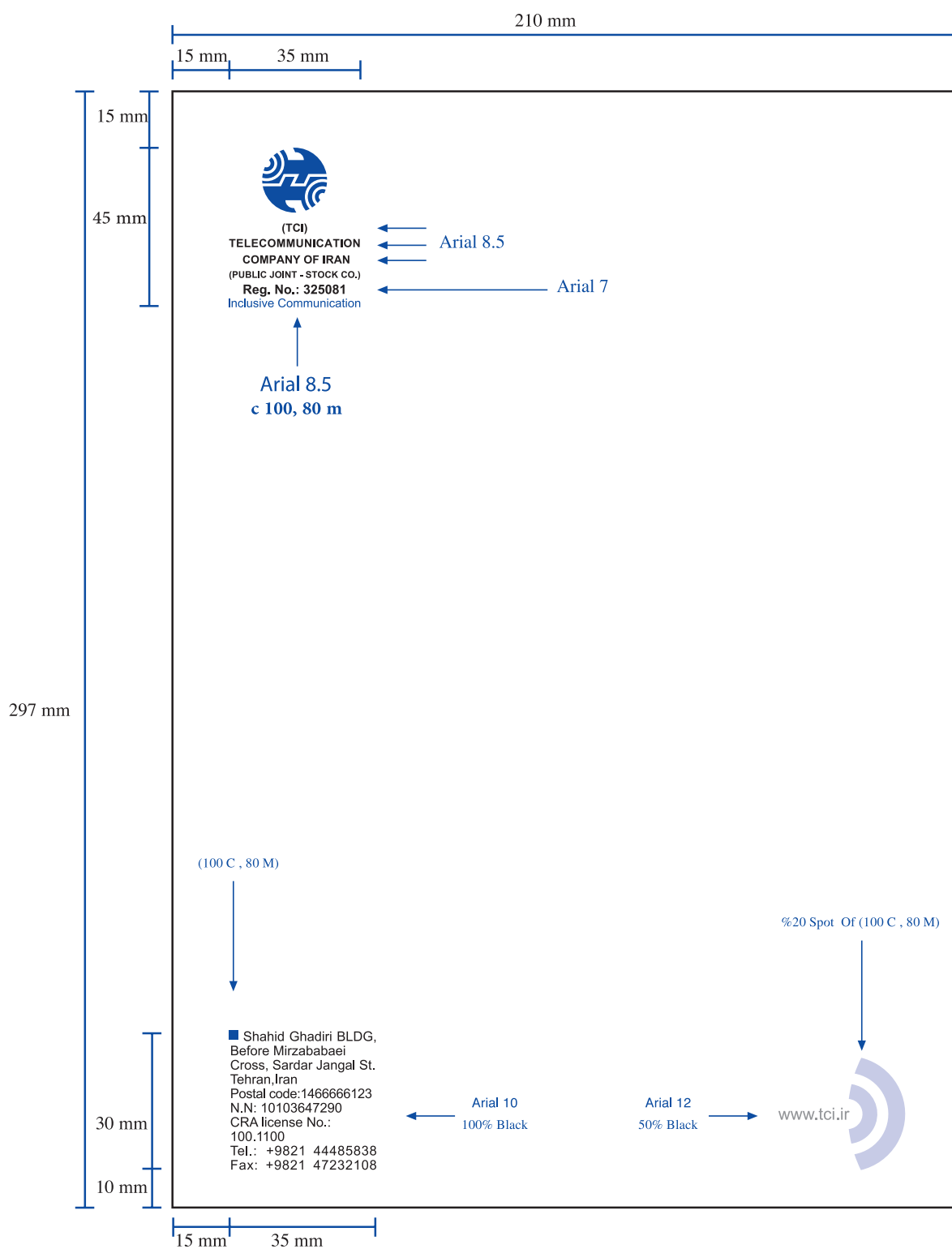


■ اوراق اداری (مناطق)، (سربرگ A4 فارسی)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک هشتم

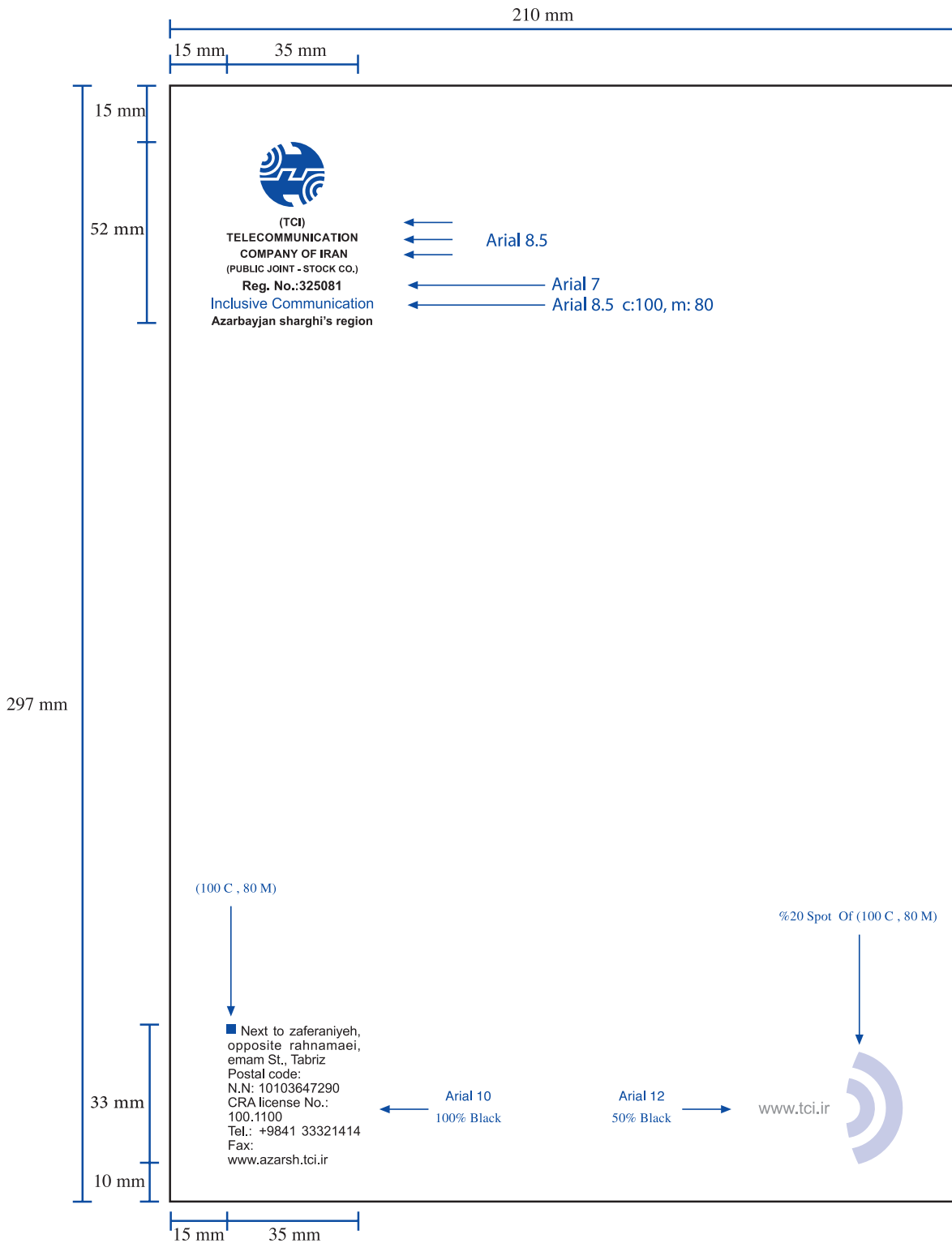


## ■ اوراق اداری، ( سربرگ A۴ لاتین)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر

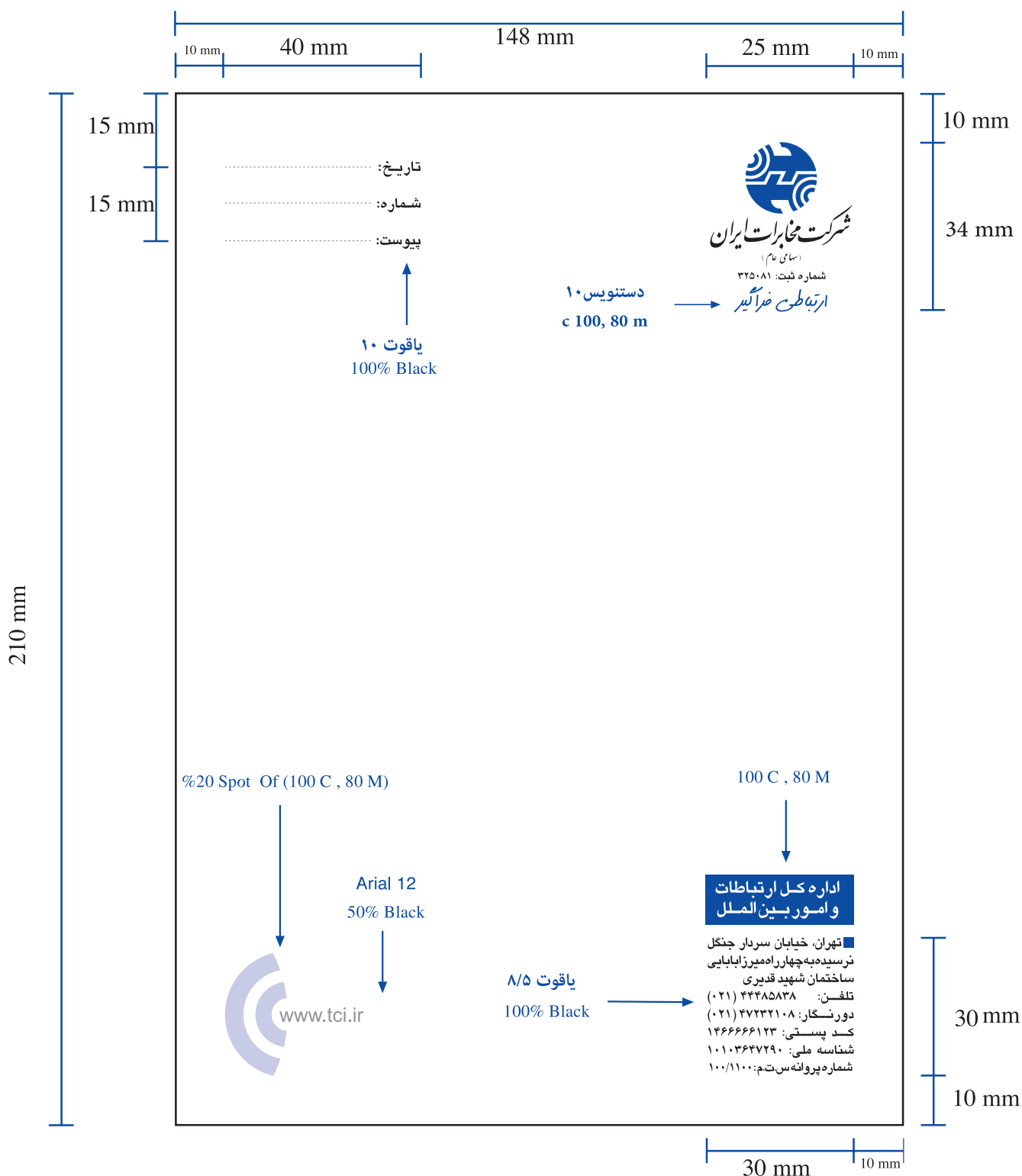
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک هشتم



■ اوراق اداری (مناطق)، (سربرگ A۴ لاتین)، ۲۱ در ۲۹/۷ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک هشتم

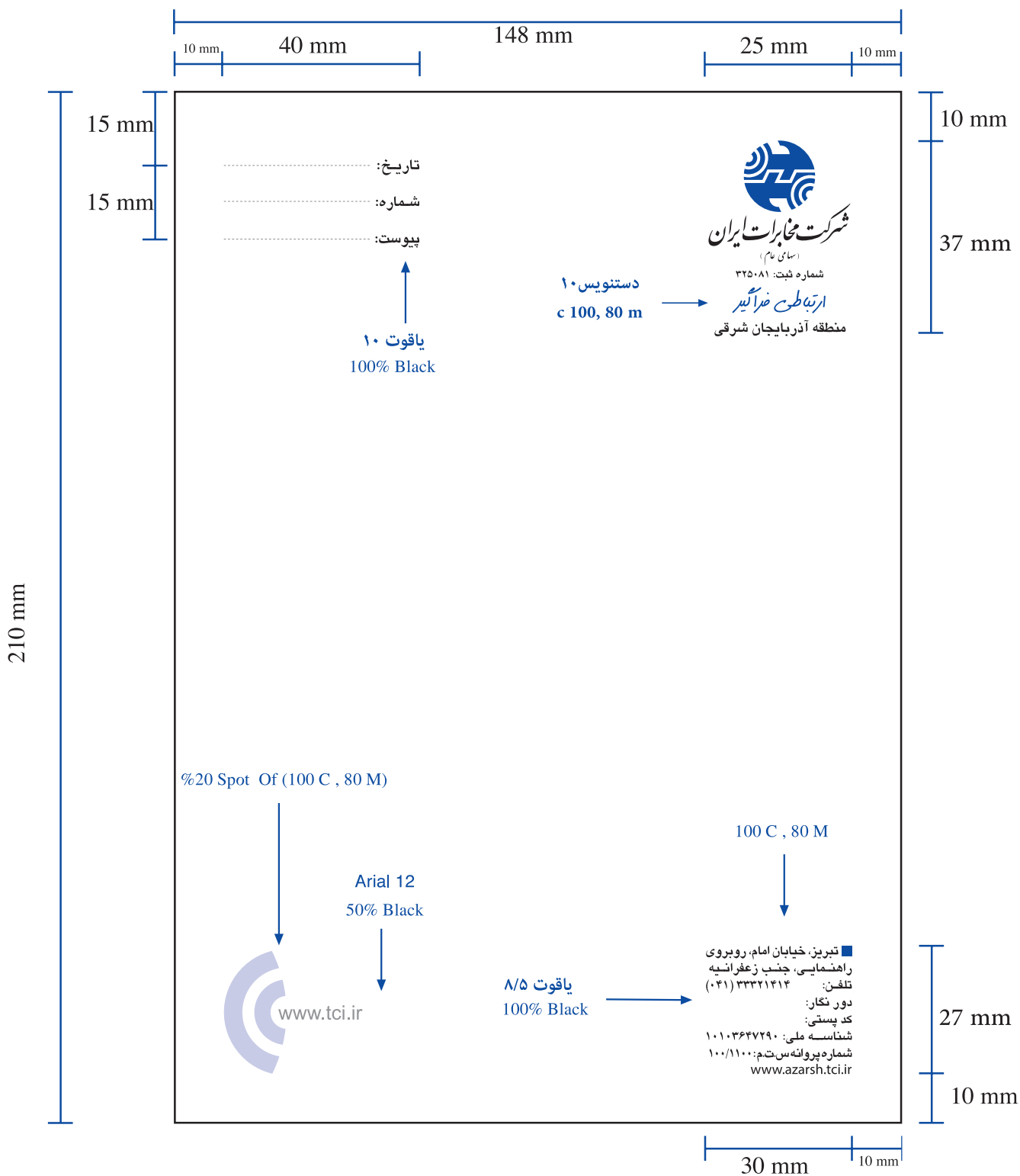


■ اوراق اداری، ( سربرگ A5 فارسی)، ۲۱ در ۱۴/۸ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک شانزدهم

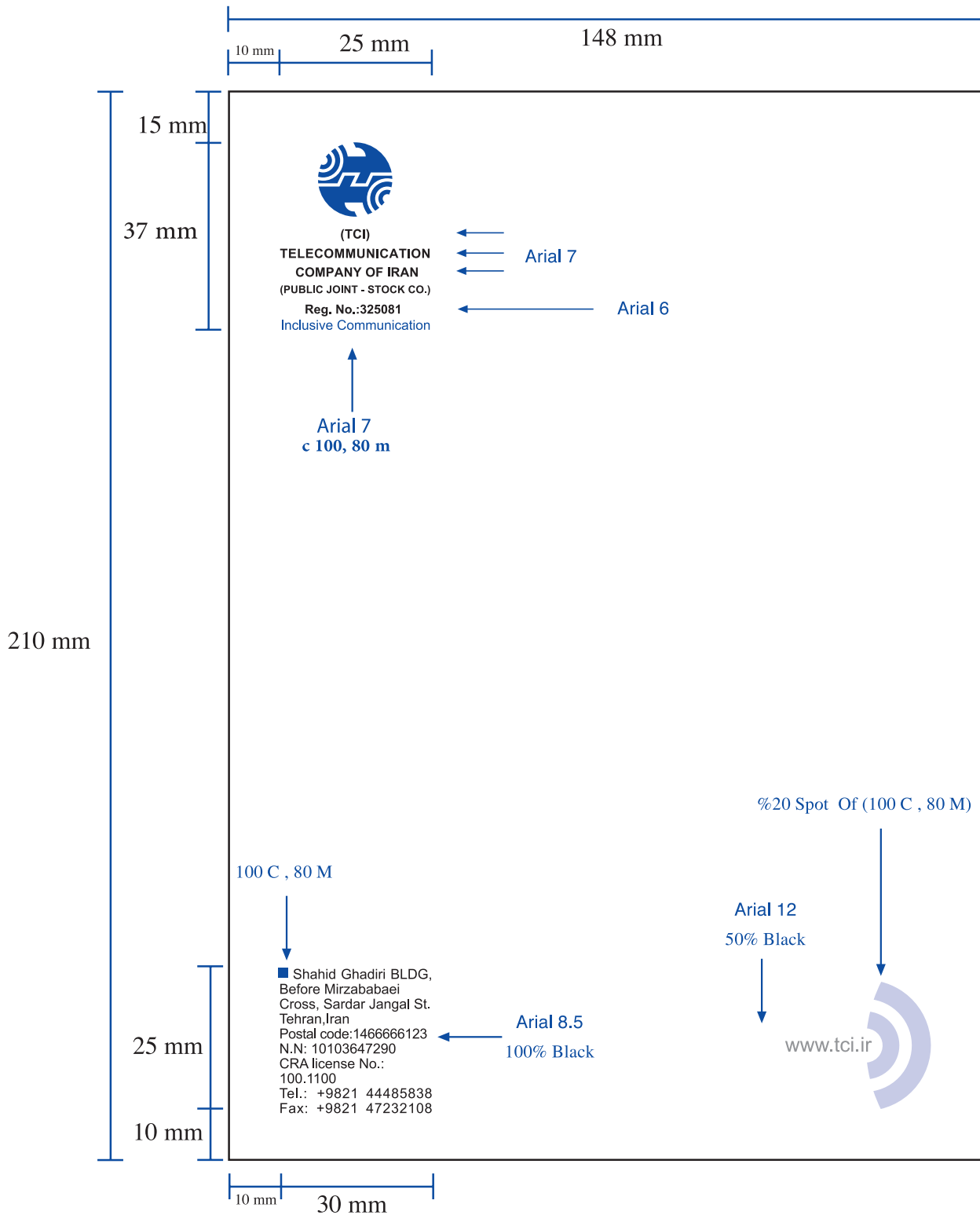


■ اوراق اداری (مناطق)، (سربرگ A5 فارسی)، ۲۱ در ۱۴/۸ سانتیمتر

تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک شانزدهم

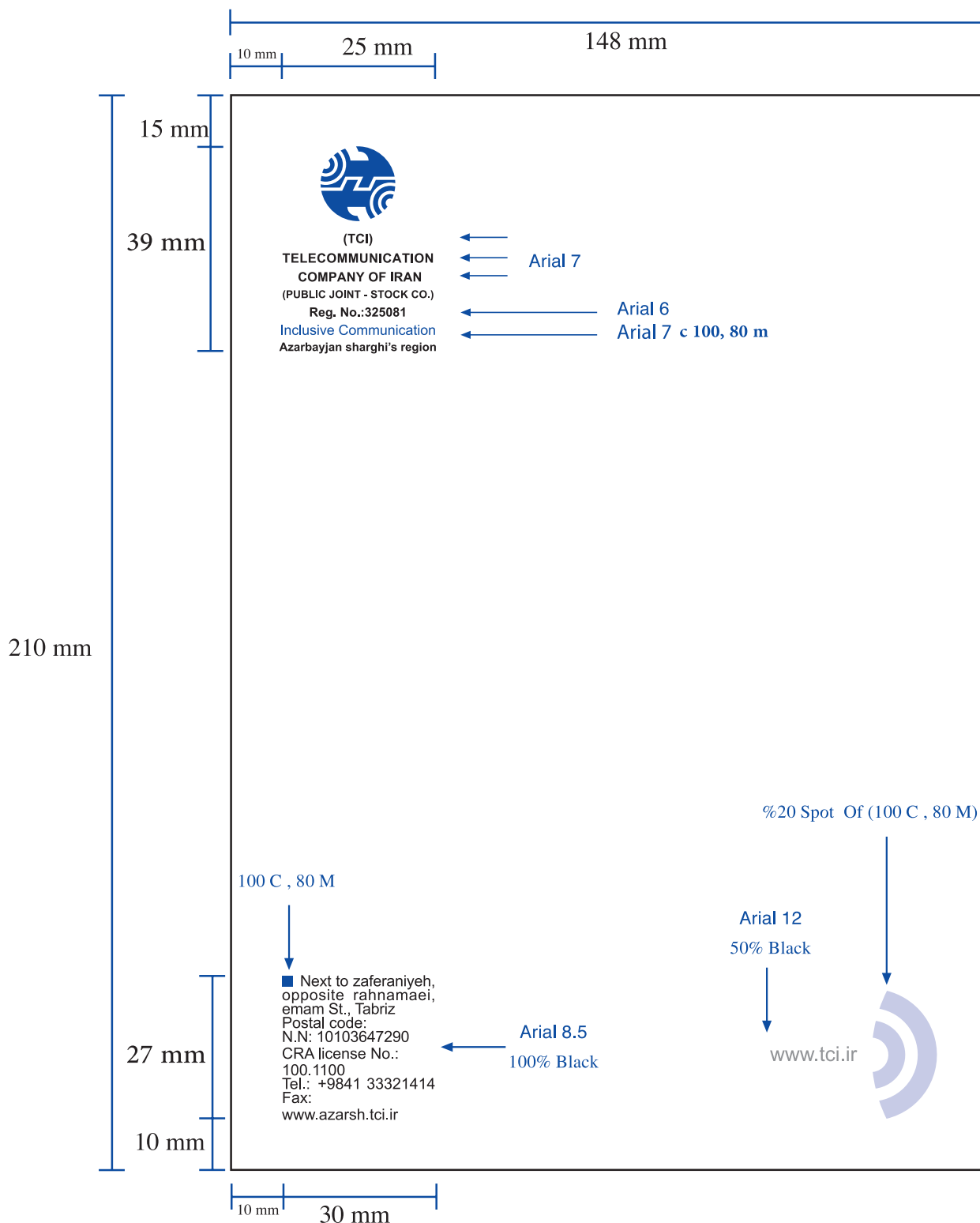


■ اوراق اداری، ( سربرگ A۵ لاتین)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک شانزدهم





■ اوراق اداری (مناطق)، (سربرگ A5 لاتین)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۹۰ در ۶۰ سانتیمتر، یک شانزدهم



### ■ کارت ویزیت، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر

کارت ویزیت یک رو فارسی و یک رو لاتین ۹ در ۵/۵ سانتیمتر، مقوای ۲۵۰ گرمی گلاسه مات یا فانتزی



### ■ کارت ویزیت (مناطق)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر

کارت ویزیت یک رو فارسی و یک رو لاتین ۹ در ۵/۵ سانتیمتر، مقوای ۲۵۰ گرمی گلاسه مات یا فانتزی



■ اوراق اداری ( پاکت )، ۳۱ در ۲۴ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، یک چهارم



■ اوراق اداری (مناطق)، (پاکت)، ۳۱ در ۲۴ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، یک چهارم



## ■ اوراق اداری (پاکت)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر

تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، یک دوم



■ اوراق اداری (مناطق)، (پاکت)، ۳۳ در ۴۳/۵ سانتیمتر  
تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، یک دوم



## ■ اوراق اداری ( پاکت کوچک )، ۱۲ در ۲۲ سانتیمتر

تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، (یک هشتم) با چاپ دو رنگ مشکی و سرمه‌ای  
 - نشانگر سرمه‌ای روی در پاکت همراه با آدرس سایت شرکت مخابرات ایران، موجب می‌گردد که پاکت از دو طرف دارای شناسنامه باشد و قابل تشخیص گردد.





## ■ اوراق اداری (منطقه)، (پاکت کوچک)، ۱۲ در ۲۲ سانتیمتر

تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، (یک هشتم) با چاپ دو رنگ مشکی و سرمه‌ای  
 - نشانگر سرمه‌ای روی در پاکت همراه با آدرس سایت شرکت مخابرات ایران، موجب می‌گردد که پاکت از دو طرف دارای شناسنامه باشد و قابل تشخیص گردد.



■ پاکت پستی ( مکاتبات خارج از شرکت )، ۲۷/۵ در ۳۲/۵ سانتیمتر  
 تولید از کاغذ ۳۳ در ۷۰ سانتیمتر، با چاپ دو رنگ مشکی و سرمه‌ای، تمامی فرم‌های اداری باید دارای کد فرم باشند، تا در هر لحظه بتوان آنها را برای چاپ سفارش‌گذاری نمود.



■ پاکت پستی (منطقه) (مکاتبات خارج از شرکت)، ۳۲/۵ در ۲۷/۵ سانتیمتر  
 تولید از کاغذ ۳۳ در ۷۰ سانتیمتر، با چاپ دو رنگ مشکی و سرمه‌ای، تمامی فرم‌های اداری باید دارای کد فرم باشند، تا در هر لحظه بتوان آنها را برای چاپ سفارش‌گذاری نمود.



## پاکت پستی ( مکاتبات خارج از شرکت )، ۲۵ در ۱۸/۵ سانتیمتر

با چاپ دو رنگ مشکی و سرمه‌ای، تمامی فرم‌های اداری باید دارای کد فرم باشند، تا در هر لحظه بتوان آنها را برای چاپ سفارش‌گذاری نمود.



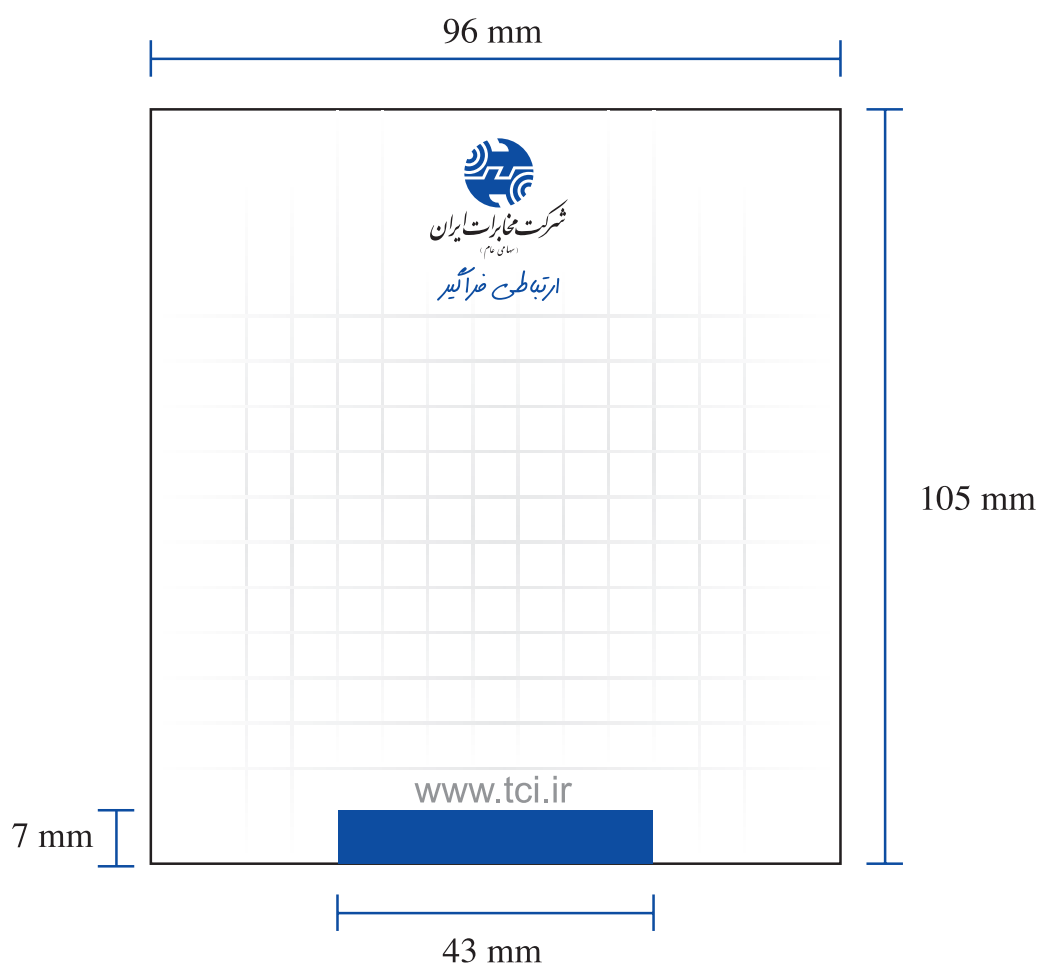
## پاکت پستی (منطقه) (مکاتبات خارج از شرکت)، ۲۵ در ۱۸/۵ سانتیمتر

با چاپ دو رنگ مشکی و سرمه‌ای، تمامی فرم‌های اداری باید دارای کد فرم باشند، تا در هر لحظه بتوان آنها را برای چاپ سفارش‌گذاری نمود.



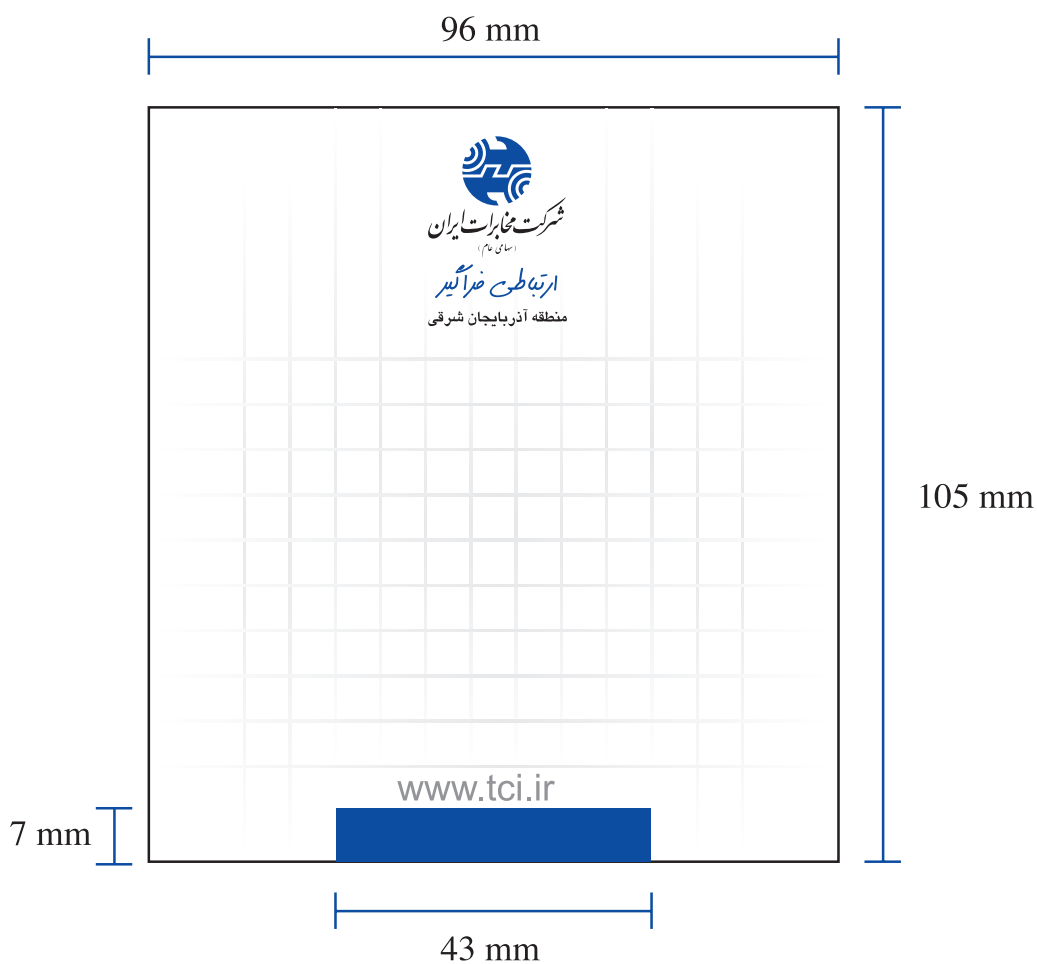
## ■ طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (یادداشت کوچک)

تولید از کناره کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، با چاپ دو رنگ



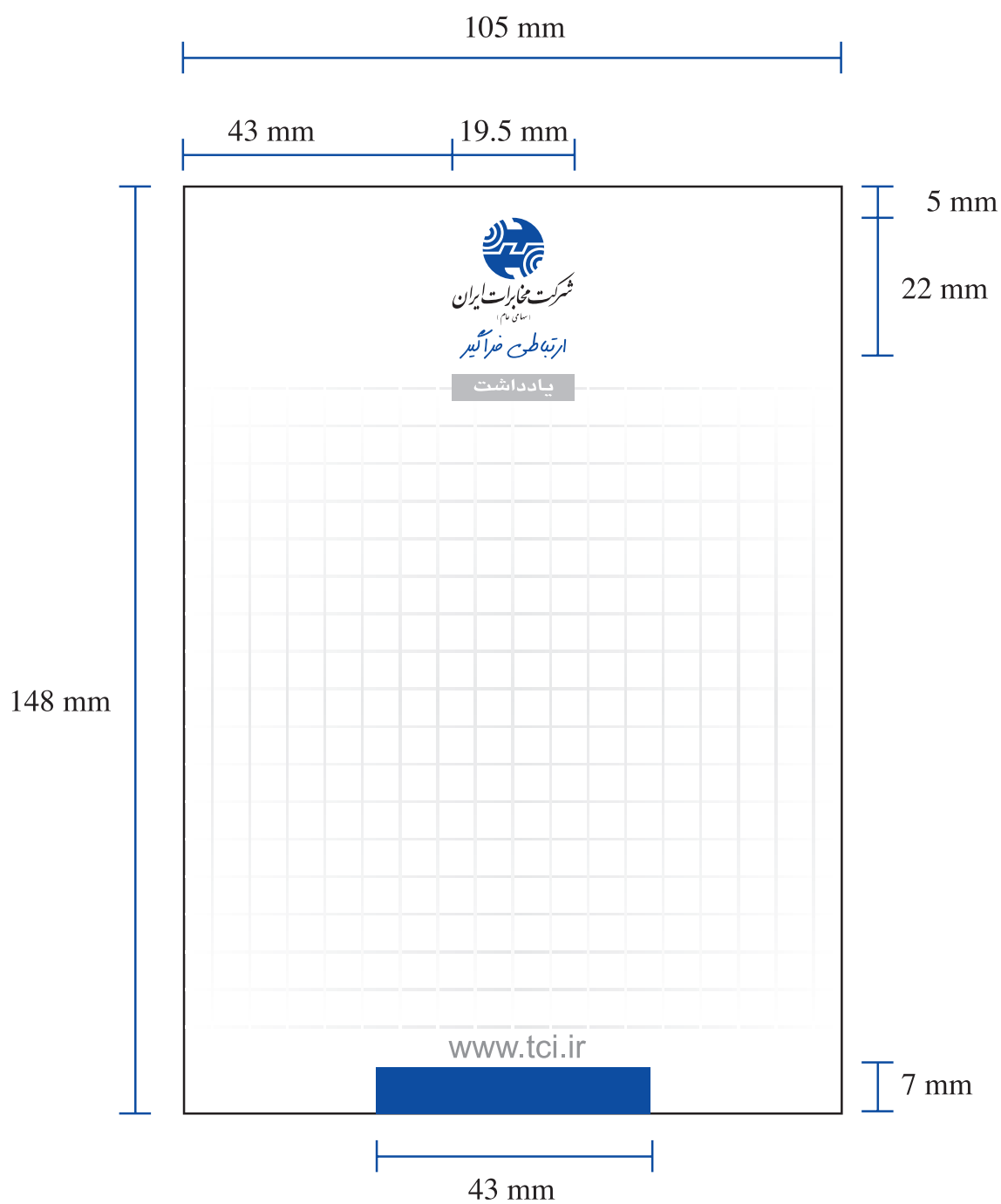
## ■ طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (منطقه)، (یادداشت کوچک)

تولید از کناره کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ سانتیمتر، با چاپ دو رنگ



■ طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (یادداشت متوسط A۶)

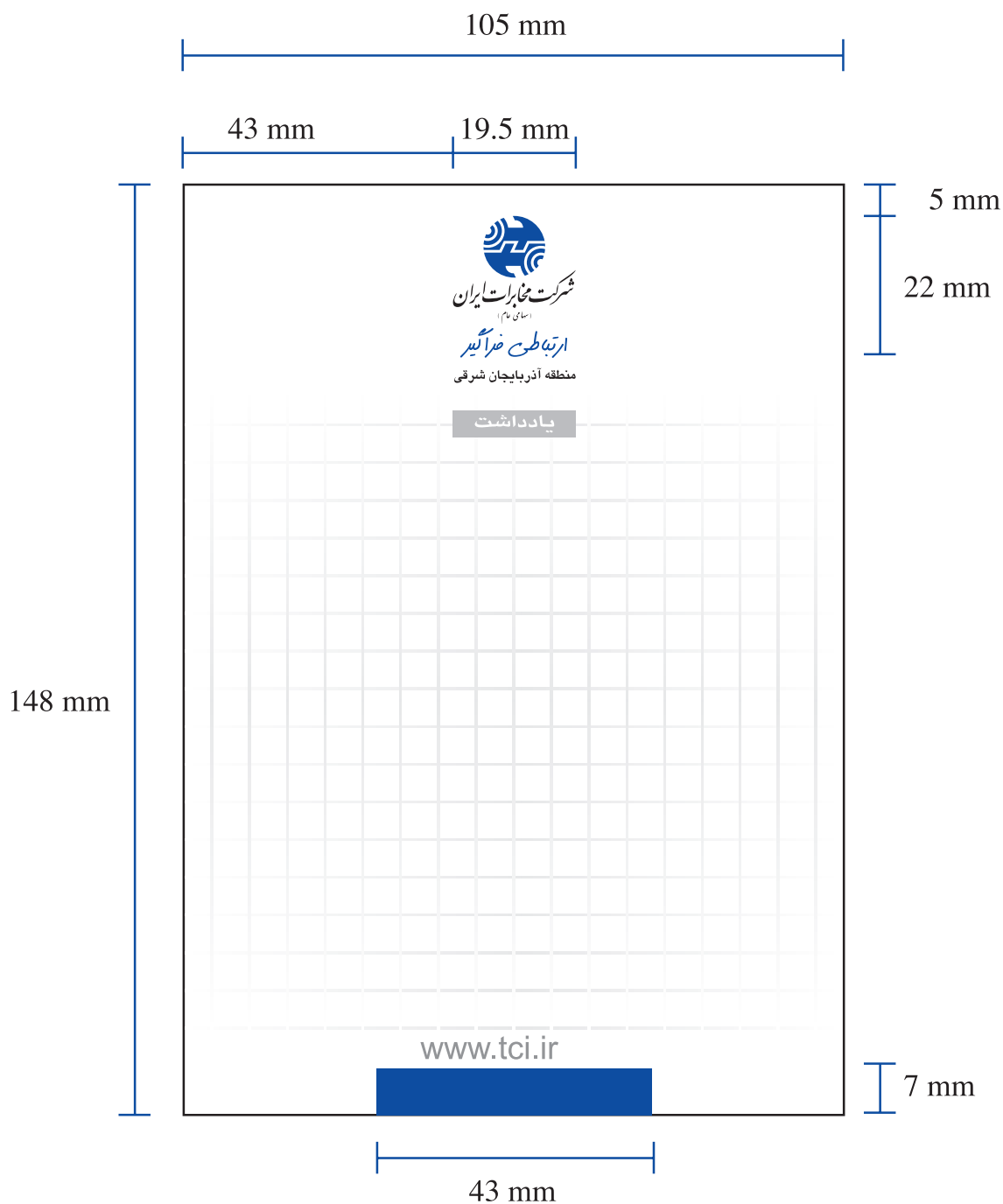
تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ یا ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر، معادل یک شصت و چهارم با چاپ دو رنگ





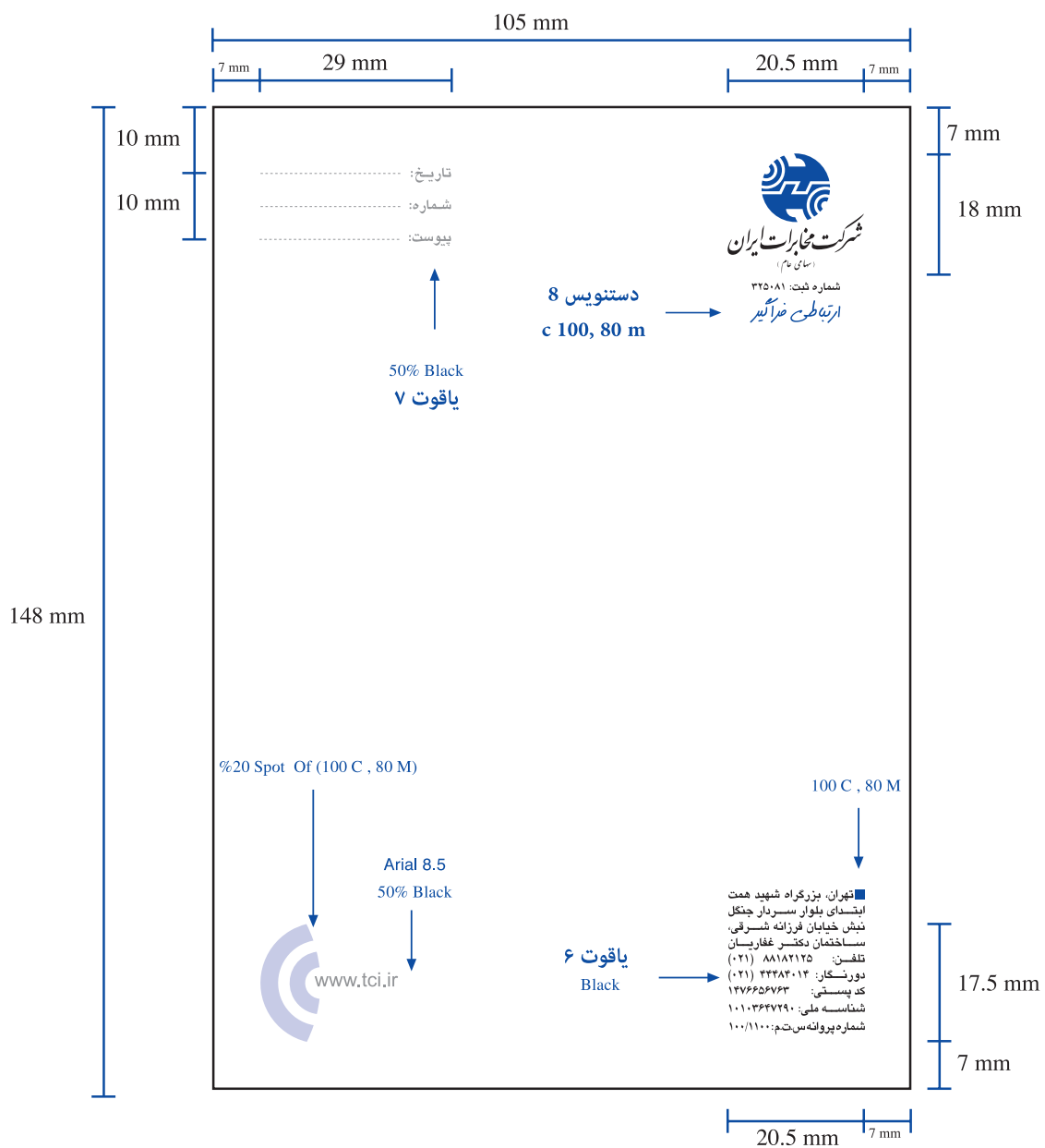
■ طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (مناطق) (یادداشت متوسط A۶)

تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ یا ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر، معادل یک شصت و چهارم با چاپ دو رنگ



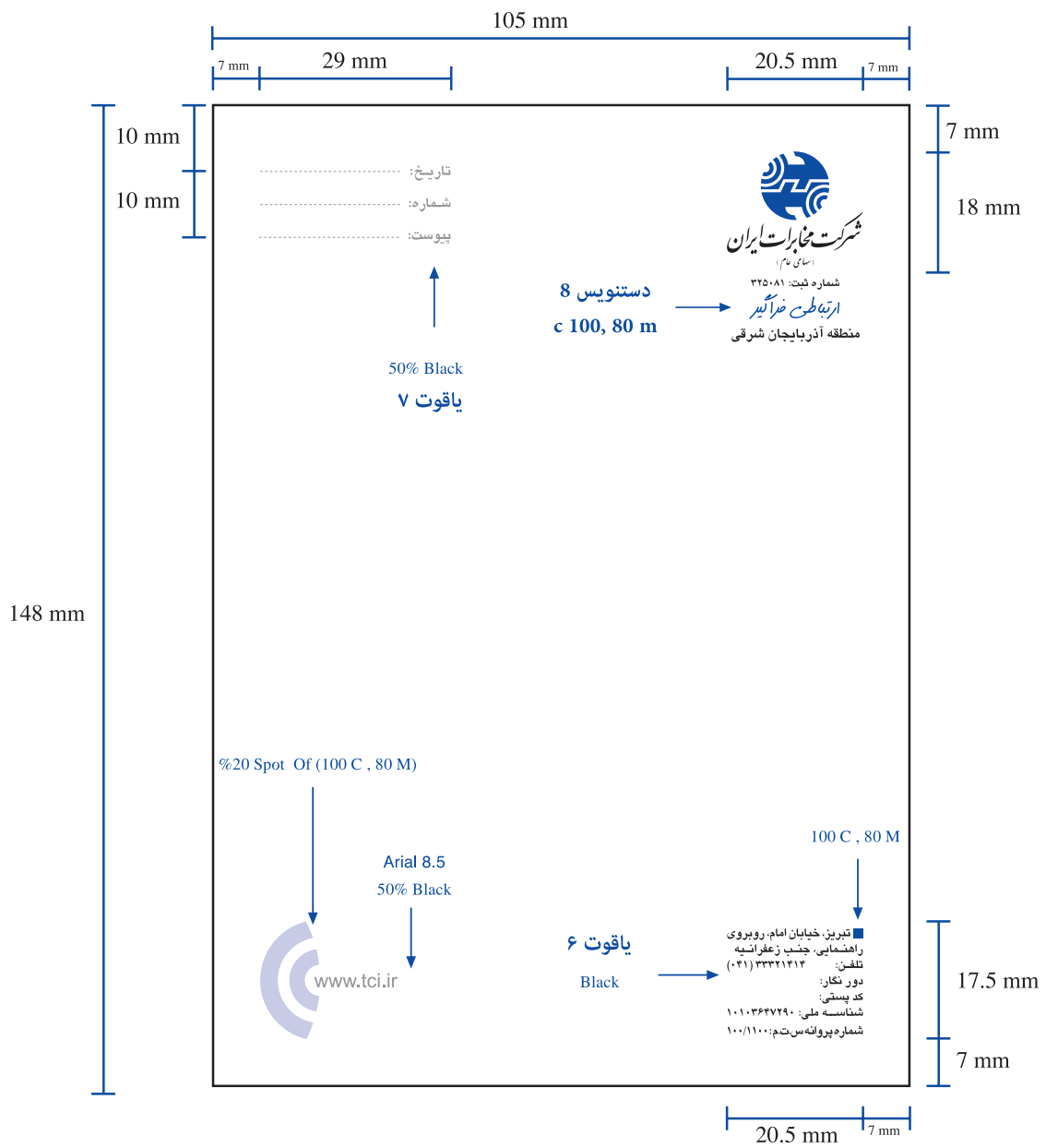
## طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (سربرگ A۶)

تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ یا ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر، معادل یک شصت و چهارم با چاپ دو رنگ



طراحی و سایزبندی فرم‌های داخلی (سربرگ A۶) (مناطق)

تولید از کاغذ ۱۰۰ در ۷۰ یا ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر، معادل یک شصت و چهارم با چاپ دو رنگ



## طراحی فرمت استاندارد فاکتور رسمی، به پیشنهاد وزارت اقتصاد و دارایی

رنگ پیشنهادی برای فاکتور، خاکستری ۶۰٪ است زیرا مطالب درج شده‌ی محتوای فاکتور که معمولاً با رنگ مشکی نوشته می‌شوند، خوانایی بیشتری داشته و با مطالب ثابت فاکتور، تداخل رنگی نمی‌کنند. نشان شرکت مخابرات ایران نیز در صورت چاپ دو رنگ، به صورت رنگ سرمه‌ای مخابرات چاپ شده و در صورت چاپ فاکتور تک‌رنگ، مشکی می‌باشد. نقاط آبی محل پانچ جهت بایگانی است که در هنگام تولید فاکتور باید با بخش بایگانی مشاوره شود. سایز فاکتور: A۴

فروشنده		خریدار		ردیف	
نام شخص حقیقی / حقوقی:		نام شخص حقیقی / حقوقی:		شرح کالا یا خدمات	
شماره اقتصادی:		شماره اقتصادی:		مبلغ واحد	
کد پستی ده رقمی:		کد پستی ده رقمی:		واحد	
شماره ثبت / شماره ملی:		شماره ثبت / شماره ملی:		مقدار / تعداد	
شماره برگ تحویل:		شماره برگ تحویل:		مبلغ کل به ریال	
شماره حواله:		شماره حواله:		تخفیف (ریال)	
				مبلغ کل پس از تخفیف (ریال)	
				جمع عوارض (ریال)	
				جمع مالیات (ریال)	
				جمع مبلغ کل به علاوه جمع مالیات و عوارض (ریال)	
				جمع کل به ریال	
				شرایط و نحوه فروش: نقدی <input type="checkbox"/> غیر نقدی <input type="checkbox"/>	
				جمع کل به حروف:	
				توضیحات:	
				صادر کننده:	
				حسابداری:	
				مهر و امضاء فروشنده:	
				ملاحظات:	
				مهر و امضاء خریدار:	

شماره: \_\_\_\_\_  
تاریخ: \_\_\_\_\_

هوالمزاق  
شرکت مخابرات ایران  
صورتحساب فروش کالا

۳۸ mm  
۱۸ mm  
۱۸ mm  
۱۸ mm

سفید: مشتری زرد: حسابداری قرمز: باغبانی

## ■ فرمت برگ خروج و ورود کالا

تولید از کاغذ ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر، ۷۰ تا ۸۰ گرمی تحریر سفید (یک شانزدهم) با چاپ مشکی تکرنگ تمامی فرم‌های اداری باید طی یک پروتکل منظم، دارای کد فرم بوده تا در هر لحظه بتوان آنها را برای تولید و سفارش‌گذاری چاپ، ردگیری کرد.

148 mm

210 mm

شماره				
تاریخ				
<b>برگ خروج لوازم اداری و فنی</b>				
انتظامات ساختمان ..... آقای .....				
مجاز است اجناس مشروحه ذیل را در تاریخ .....				
از ساختمان ..... خارج نماید.				
شماره خودرو ..... .....				
ردیف	شرح کالا	واحد کالا	تعداد	ملاحظات
فتوکی فاقدا اعتبار است				
مهر واحد مربوطه:		نام و امضا، خارج کننده:		نام و امضا، مامور انتظامات:
.....		.....		.....
نام و امضا، مسئول ..... اجناس: .....				
شماره تلفن: .....				
این برگه فقط مخصوص خروج لوازم اداری و فنی از ساختمان های اداری و مراکز بوده و مجوز خروج کالا از انبار ها نمی باشد.				
کد فرم: ۱۰۰۰۰۰۰/۰				

## طراحی فولدر شرکت مخابرات ایران

این فولدر در فرم  $۷۰ \times ۵۰$  سانتیمتر بر روی مقوای ۲۵۰ گرمی گلاسه مات همراه با سلفون مات قابل اجرا است. فرم تا و تیغ در این فولدر بعد از چاپ با چندین شیوه متعدد قابل اجراست.



## طراحی فولدر شرکت مخابرات ایران (مناطق)

این فولدر در فرم  $۷۰ \times ۵۰$  سانتیمتر بر روی مقوای ۲۵۰ گرمی گلاسه مات همراه با سلفون مات قابل اجرا است. فرم تا و تیغ در این فولدر بعد از چاپ با چندین شیوه متعدد قابل اجراست.



## فرم قبض مشترکین (رو)

تلفن ثابت:

سایز فرم: ۱۵ در ۲۱ سانتیمتر (تولید از کاغذ ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر) یک شانزدهم

چاپ: رنگ سرمه‌ای برند

دارای کد فرم اختصاصی

بارکد:	شماره تلفن:		پایان صورتحساب:		کنترل		
25mm	65mm	60mm	TELECOMMUNICATION COMPANY OF IRAN WWW.TCI.IR نشانی اینترنتی: شماره اقتصادی: ۴۱۱۱-۱۱۵۴-۹۱۵۳ شناسه ملی: ۱۰۱۳۶۷۲۹۰			شماره تلفن:	
						آغاز صورتحساب:	
						پایان صورتحساب:	
						گروه:	
						نوع مشترک:	
						دوره:	
			مشترک کرامی:		کد پستی:		
			ردیف تسلسل:		تحويل به پست:		
			نشانی مشترک:		نشانی و تلفن مرکز:		
			صورتحساب دوره:		کسر هزار ریال:		

100 C  
80 M

20%  
100 C  
80 M



## ■ فرم قبض مشترکین (پشت)

تلفن ثابت:

سایز فرم: ۱۵ در ۲۱ سانتیمتر (تولید از کاغذ ۶۰ در ۹۰ سانتیمتر) یک شانزدهم

چاپ: رنگ سرمه‌ای برند

دارای کد فرم اختصاصی

100 C  
80 M20%  
100 C  
80 M

## ■ شیوه امضاء ایمیل (فارسی و انگلیسی)



(TCI)  
TELECOMMUNICATION  
COMPANY OF IRAN  
(PUBLIC JOINT - STOCK CO.)  
Inclusive Communication

**Mohammad Reza Bidkham**

General Manager of Communications and International Affairs

Telcommunication Company of Iran

Mobile: +98912-1335602

Tel.: +9821-47232102

Email: Bidkham@tci.ir

Website: www.tci.ir

↑  
Arial 9



شرکت مخابرات ایران  
(سهای عام)  
ارتباطی فراگیر

**محمد رضا بیدخام**

مدیرکل ارتباطات و امور بین الملل

شرکت مخابرات ایران

همراه: ۰۹۱۲-۱۳۳۵۶۰۲

ثابت: ۰۲۱-۴۷۲۳۲۱۰۲

پست الکترونیک: Bidkham@tci.ir

وبسایت: www.tci.ir

↑  
یاقوت ۱۰

### ■ ترتیب جای‌گزینی فرم‌های اداری در کاغذ ۵۰ در ۷۰ سانتیمتر

اکثر فرم‌های اداری در سایزهای معمول، می‌توانند در کاغذ ۷۰ × ۵۰ چاپ شوند. به همین جهت یک نمونه از فرم بندی در این کاغذ برای راهنمای ترتیب چیدمان فرم‌های اداری ارائه شده است. البته اکثر چاپخانه‌ها توان انجام این کار را باشیوه‌های خاص خود دارند.

۷۰ سانتیمتر





# طراحی و ساختار تابلوها

## ■ شیوه‌های طراحی تابلو

- ۱- هیچگاه تابلو را از طول به دو یا سه قسمت تقسیم نکنید، زیرا باعث می‌شود که عناصر تابلو را کوچکتر یا بزرگتر از اندازه مفید آن و یا به صورت لی‌آوت غیر متعارف به کار ببرید.
- ۲- هیچگاه در طراحی تابلو از زمینه‌های تصویری و رنگهای متنوع استفاده نکنید. خصوصاً در تابلوهای اطلاع‌رسانی که خصوصیت غیر تبلیغاتی دارند (مثل تابلوهای راهنمایی و رانندگی یا تابلوهای اداری و وزارتی) زیرا موجب ایجاد آشفتگی بصری در آن شده و باعث تداخل آن با زمینه‌های دیگر شهری می‌شود و از دیده شدن به موقع آن جلوگیری می‌کند.
- ۳- هیچگاه در شهرهایی که آلودگی هوا باعث تیره شدن تابلوهای سفید می‌گردد از رنگ سفید در تابلوهای فضا‌های بیرونی استفاده نکنید. تابلو با رنگ سفید بهتر است در فضا‌های داخلی ساختمان و سر پوشیده و بسته استفاده شود زیرا پس از مدتی در فضای باز سیاه و بد منظر می‌گردد. خصوصاً اینکه این تیرگی‌ها از داخل تابلو نیز ایجاد می‌گردد و بدون جدا سازی، قابل شستن نیست. اما تابلوهای زمینه تک رنگ، تا حدودی تیرگی‌ها را در خود حل کرده و کمتر نمایان می‌کنند.
- ۴- هیچگاه از رنگهایی که موجب عدم ایجاد کنتراست و تضاد در تابلو می‌شوند استفاده نکنید چون دید عمومی تابلو را کم می‌کند.
- ۵- هیچگاه در طراحی تابلو اقدام به تقسیم رنگی قرینه در تابلو نکنید، زیرا موجب تقسیم تابلو به دو قسمت می‌شود و به یکپارچگی و کلیت تابلو ضرر وارد کرده و باعث می‌گردد تابلو دید کمتری داشته و در میان عناصر شهری دیگر، شکسته تر به نظر بیاید. سطوح یک دست رنگی از دید بهتری برخوردارند.

تذکر: فونت انگلیسی استفاده شده در زیرنویس تابلوها، **Arial** می‌باشد.

■ شیوه‌های نادرست طراحی تابلو

۱



۲



۳



پیشنهاد برای فضا های داخلی یا مناطقی که آلودگی هوا کمتر است.



۴



۵



## ■ تابلوی اصلی شرکت مخابرات ایران

تابلوی ۱۰۰×۲۰۰ Cm تابلوی اصلی شرکت مخابرات ایران

فلکسی فیس با زمینه سرمه ای

به یک نسبت می توان همه تابلو ها را بزرگتر اجرا کرد. مثلاً ۱۵۰×۳۰۰ CM

توجه: عناصر این گروه از تابلو ها به ترتیب عبارتند از:

۱- نشانه مخابرات

۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران (سهامی عام)

۳- زیر نویس کامل لاتین فونت بولد Arial

با توجه به مراودات جدید جهانی و استفاده از زبان انگلیسی به عنوان یک زبان بین المللی، امروزه در اکثر کشورهای جهان با ارائه تابلو های دو یا چند زبانه روبرو هستیم که نه تنها خصوصیتی کاربردی برای مشترکان زبان دوم دارد، بلکه می تواند در معرفی ساختمانها و مکانهای دیدنی کشورمان برای مسافران خارجی و توریست ها مورد استفاده قرار بگیرد. به همین جهت در طراحی تابلو ها به این موضوع توجه شده است.



100 C  
80 M

100 C  
30 Y



## ■ تابلوهای واحدهای ستادی شرکت مخابرات ایران

تابلوی ۱۰۰×۲۰۰ Cm

فلکسی فیس با زمینه سرمه ای

به یک نسبت می توان همه تابلو ها را بزرگتر اجرا کرد. مثلاً ۱۵۰×۳۰۰ CM

توجه: عناصر این گروه از تابلو ها به ترتیب عبارتند از:

- ۱- نشانه مخابرات
- ۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران (سهامی عام)
- ۳- عنوان کامل نام اداره
- ۴- زیر نویس کامل لاتین فونت بولد Arial

فونت اصلی تابلو، یاقوت است.

100 C  
80 M100 C  
30 Y

## ■ تابلوهای اصلی مناطق مخابراتی

تابلوی ۱۰۰×۲۰۰ Cm

فلکسی فیس با زمینه سرمه ای

به یک نسبت می توان همه تابلو ها را بزرگتر اجرا کرد. مثلاً ۱۵۰×۳۰۰ CM

توجه: عناصر این گروه از تابلو ها به ترتیب عبارتند از:

- ۱- نشانه مخابرات
- ۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران (سهامی عام)
- ۳- عنوان کامل منطقه
- ۴- زیر نویس کامل لاتین فونت بولد Arial

فونت اصلی تابلو، یاقوت است.

100 C  
80 M100 C  
30 Y

## ■ تابلوهای فرعی مناطق مخابراتی

تابلوی ۱۰۰×۲۰۰ Cm

فلکسی فیس با زمینه سرمه ای

به یک نسبت می توان همه تابلو ها را بزرگتر اجرا کرد. مثلاً ۱۵۰×۳۰۰ CM

توجه: عناصر این گروه از تابلو ها به ترتیب عبارتند از:

- ۱- نشانه مخابرات
- ۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران
- ۳- عنوان کامل منطقه
- ۴- عنوان کامل اداره مخابرات شهر
- ۵- زیر نویس مرکز مخابرات

فونت اصلی تابلو، یاقوت است.

100 C  
80 M100 C  
30 Y

## ■ تابلوهای فرعی مناطق مخابراتی

تابلوی ۱۰۰×۲۰۰ Cm

فلکسی فیس با زمینه سرمه ای

به یک نسبت می توان همه تابلو ها را بزرگتر اجرا کرد. مثلاً ۱۵۰×۳۰۰ CM

توجه: عناصر این گروه از تابلو ها به ترتیب عبارتند از:

- ۱- نشانه مخابرات
  - ۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران
  - ۳- عنوان کامل منطقه
  - ۴- عنوان کامل اداره مخابرات شهر
- فونت اصلی تابلو، یاقوت است.

100 C  
80 M100 C  
30 Y

## ■ تابلوهای واحدهای ستادی

تابلوی ۱۰۰×۲۰۰ Cm تابلوهای واحدهای ستادی شرکت مخابرات ایران

## معاونت مالی

فلکسی فیس با زمینه سرمه ای

به یک نسبت می توان همه تابلوها را بزرگتر اجرا کرد. مثلاً ۱۵۰×۳۰۰ CM

توجه: عناصر این گروه از تابلوها به ترتیب عبارتند از:

- ۱- نشانه مخابرات
- ۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران
- ۳- عنوان کامل (معاونت مالی)
- ۴- زیر نویس کامل لاتین فونت بولد Arial

فونت اصلی تابلو، یاقوت است.



100 C  
80 M

100 C  
30 Y

■ تابلو رومیزی پرسنل



فونت مورد استفاده یاقوت است.



## ■ ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی کلی)

یکی از بهترین روش‌های نصب تابلوهای اطلاعات و معرفی اتاق‌ها، روش نصب تابلو به صورت آویزان است. مزایای این روش عبارت است از:

- ۱- همزمان از دو طرف تابلو برای اطلاع‌رسانی می‌توان استفاده کرد.
  - ۲- محیط سقف، مکانی بلااستفاده است که بدون آنکه اشیای آویخته از آن، فضایی را اشغال کنند و یا مزاحمتی برای محیط داشته باشند، می‌توان از آن بهره‌برداری کرد.
  - ۳- در هنگام رنگ‌کاری سالن‌ها نیز، اشیای آویخته از سقف هیچ مزاحمتی ندارند.
  - ۴- این تابلوها را می‌توان در هر کجای ساختمان و مسیر عبور مراجعین، نصب کرد.
  - ۵- از دسترس افرادی که می‌خواهند روی آنها خط کشیده یا تخریب کنند، در امان هستند.
  - ۶- به راحتی می‌توان پنل‌های آنها را کم و زیاد کرده و مطالب آنها را تغییر داد.
- فونت پیشنهادی برای تابلوها در تمام سطوح، فونت ترافیک است.

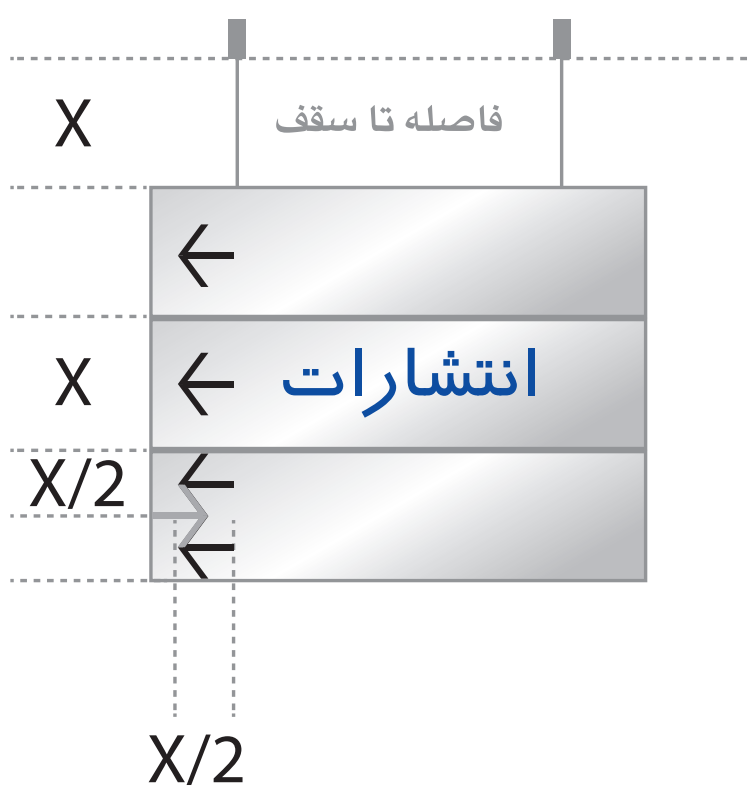


100 C  
80 M

100 K

## ■ ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی کلی)

معرفی تناسبات و رنگها

100 C  
80 M

100 K



## ■ ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی جزئی)

این تابلوها، واحدهای جزئی را معرفی می‌کنند. (مثل اتاق انتشارات)



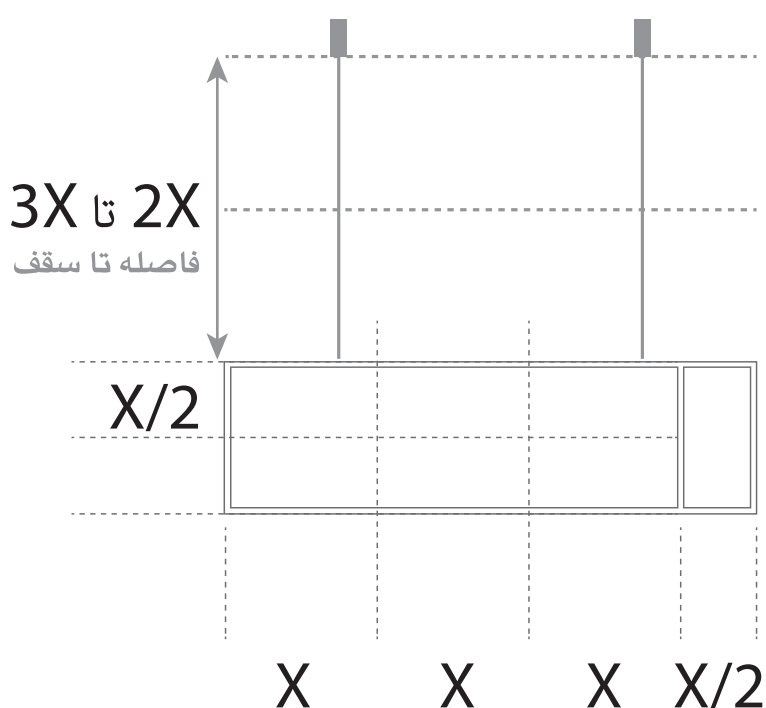
100 C  
80 M

100 K

50 K

## ■ ساختار تابلوهای فضای داخلی (معرفی جزئی)

معرفی تناسبات و رنگها



100 C  
80 M

100 K

50 K

## طراحی و ساختار تابلوهای محوطه و فضای باز

- مؤلفه‌های مورد توجه در طراحی تابلوهای فضای باز:
- ۱- تمامی تابلوهای معرفی دیپارتمان‌ها به رنگ سورمه‌ای سازمانی نشان مخابرات و سفید هستند.
  - ۲- علامت جهت‌نما در چهار سمت قابل گردش است.



## طراحی و ساختار تابلوهای محوطه و فضای باز

- مؤلفه‌های مورد توجه در طراحی تابلوهای فضای باز:
- ۳- تمامی تابلوهای ترافیکی و مسیریابی به رنگ سبز استاندارد ترافیک هستند.
  - ۴- تمامی تابلوهای مکان‌های خدماتی به رنگ مشکی، سفید و خاکستری هستند.
  - ۵- تمامی تابلوهای ممانعت، به رنگ قرمز و سفید هستند.
  - ۶- پایه‌ها یا باکس نگهداری تابلوها، بر مبنای اصول و طراحی هر گونه از انواع طراحی محیط مصنوع صورت می‌گیرد. فقط باید در برابر نفوذ باران، تابش نور خورشید و آسیب‌های طبیعی دیگر، مقاوم باشند.



## ■ تابلوهای معرفی اتاق‌ها، ۳۰ در ۲۰ سانتیمتر

عناصر این گروه از تابلوها به ترتیب عبارتند از:

- ۱- نشانه مخابرات سمت چپ
- ۲- عنوان کامل شرکت مخابرات ایران ( سمت راست)
- ۳- عنوان مسئولیت شخص
- ۴- عنوان کامل شخص
- ۵- عنوان اهم وظایف
- ۶- عنوان وظیفه

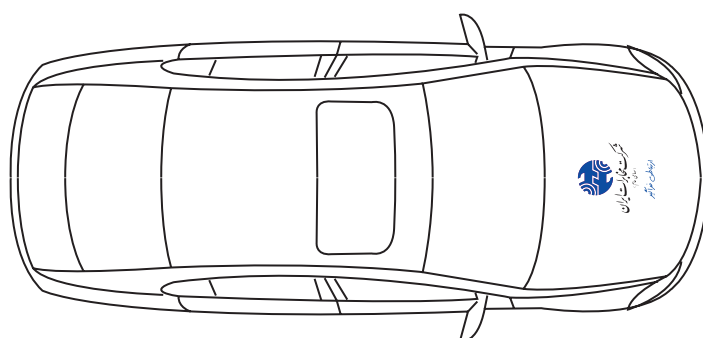
فونت اصلی تابلو، تریفیک است.





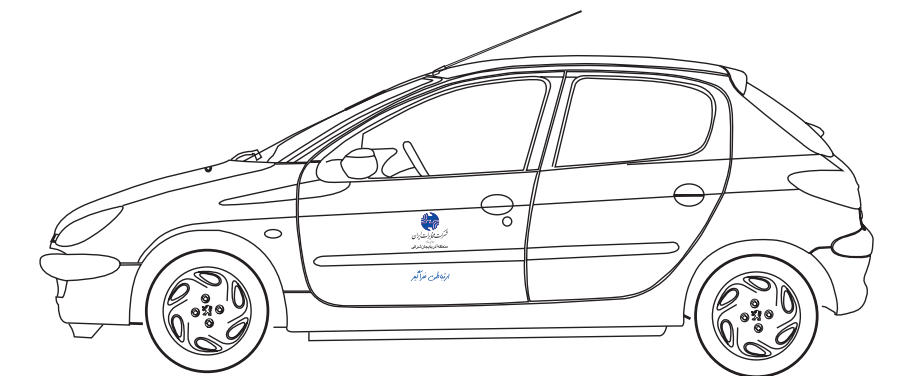
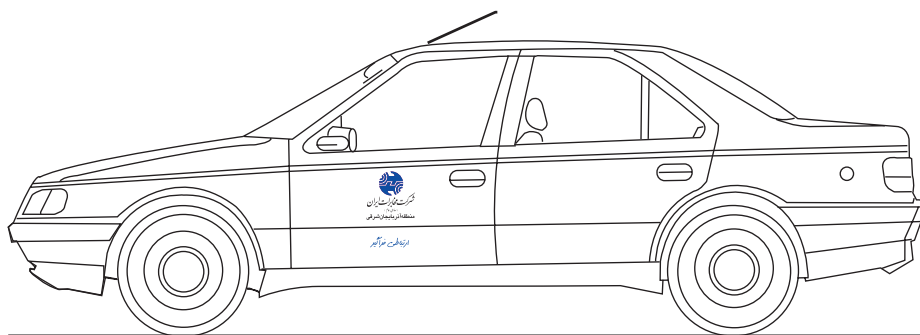
# جای‌گذاری نشان بر اشیای منقول و اقلام تبلیغاتی

## ■ جای‌گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل و محل قرار گرفتن تبلیغات (سواری)

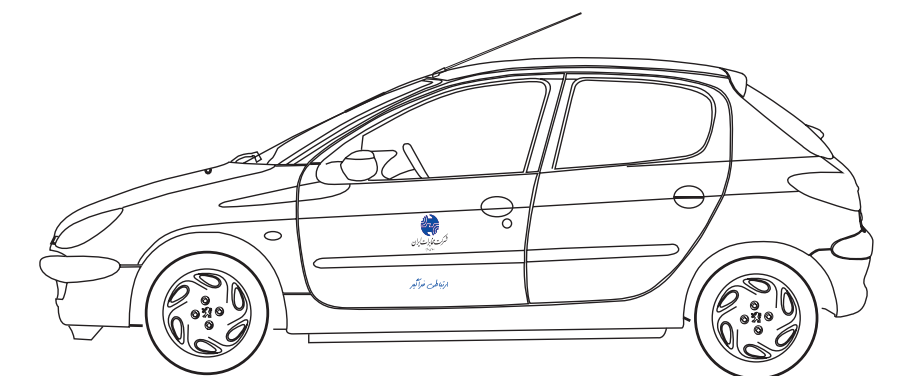
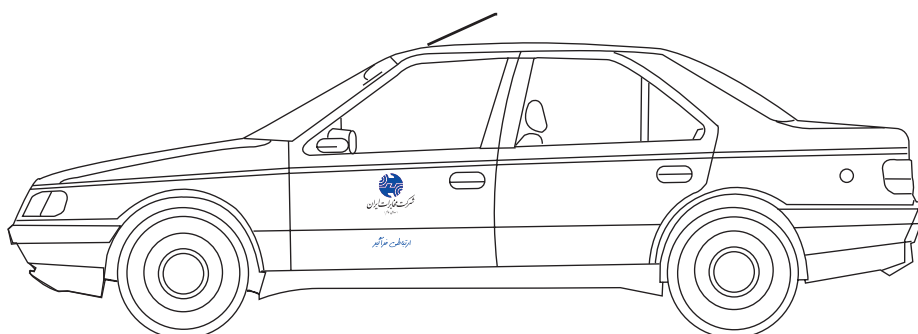




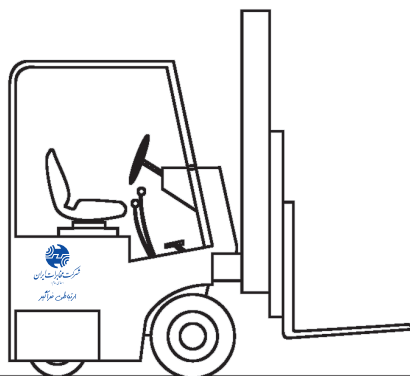
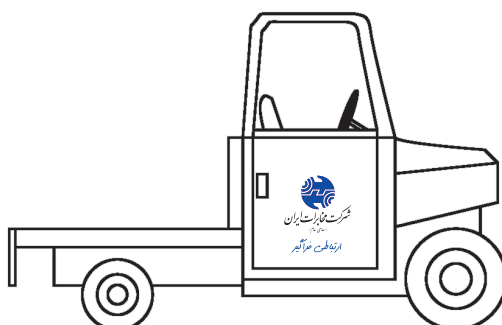
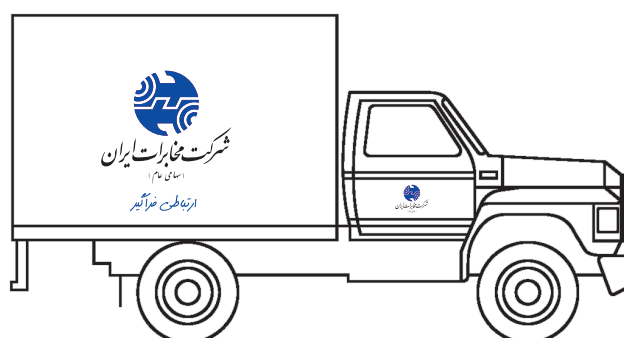
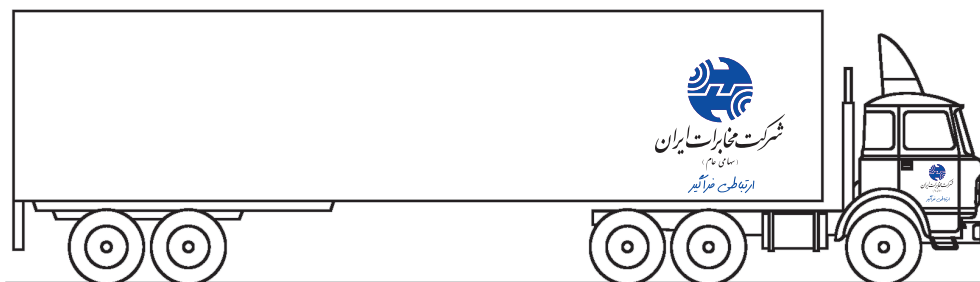
## ■ جای‌گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (سواری) (مناطق)



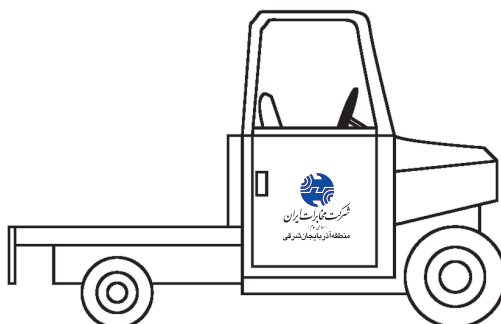
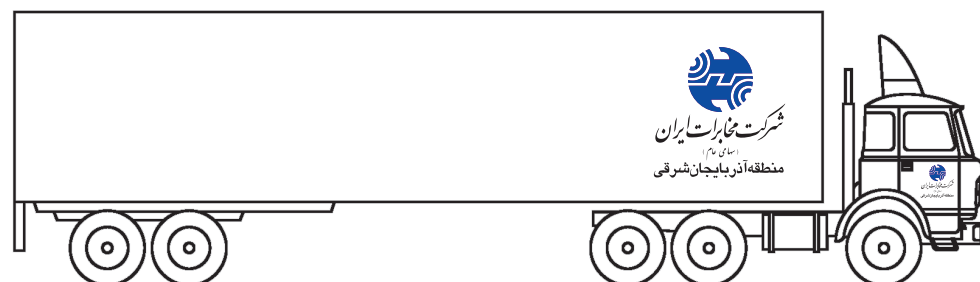
## ■ جای‌گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (سواری)



■ جای‌گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (کامیون و باربرها)



■ جای‌گذاری نشان مخابرات بر روی اتومبیل (کامیون و باربرها) (مناطق)



## ■ جای‌گذاری نشان مخابرات در اقلام تبلیغاتی (مناطق)

در بعضی از موارد ممکن است در یک نمونه تبلیغاتی، بر اثر عدم وجود فضای مناسب برای اجرای نشانه، لازم باشد که نشانه بدون متن توضیح آن استفاده شود که این موضوع در مورد نشانه‌هایی که از شناسایی زیادی در اجتماع برخوردارند هیچ مشکلی را ایجاد نمی‌کند. اما در صورت لزوم می‌توان در رو بروی نشانه توضیح آن بیاید یا فقط به نوشتن توضیح نشانه اکتفا کنیم. هر سه مورد صحیح می‌باشد.



رو

پشت

لیوان کاغذی

ماگ

## ■ جای‌گذاری نشان مخابرات در اقلام تبلیغاتی

در بعضی از موارد ممکن است در یک نمونه تبلیغاتی، بر اثر عدم وجود فضای مناسب برای اجرای نشانه، لازم باشد که نشانه بدون متن توضیح آن استفاده شود که این موضوع در مورد نشانه‌هایی که از شناسایی زیادی در اجتماع برخوردارند هیچ مشکلی را ایجاد نمی‌کند. اما در صورت لزوم می‌توان در رو بروی نشانه توضیح آن بیاید یا فقط به نوشتن توضیح نشانه اکتفا کنیم. هر سه مورد صحیح می‌باشد.



رو



پشت

ماگ

پیشنهاد جای گذاری نشان مخابرات بر لیوان، لیوان کاغذی و بطری آب گرم



بطری آب گرم



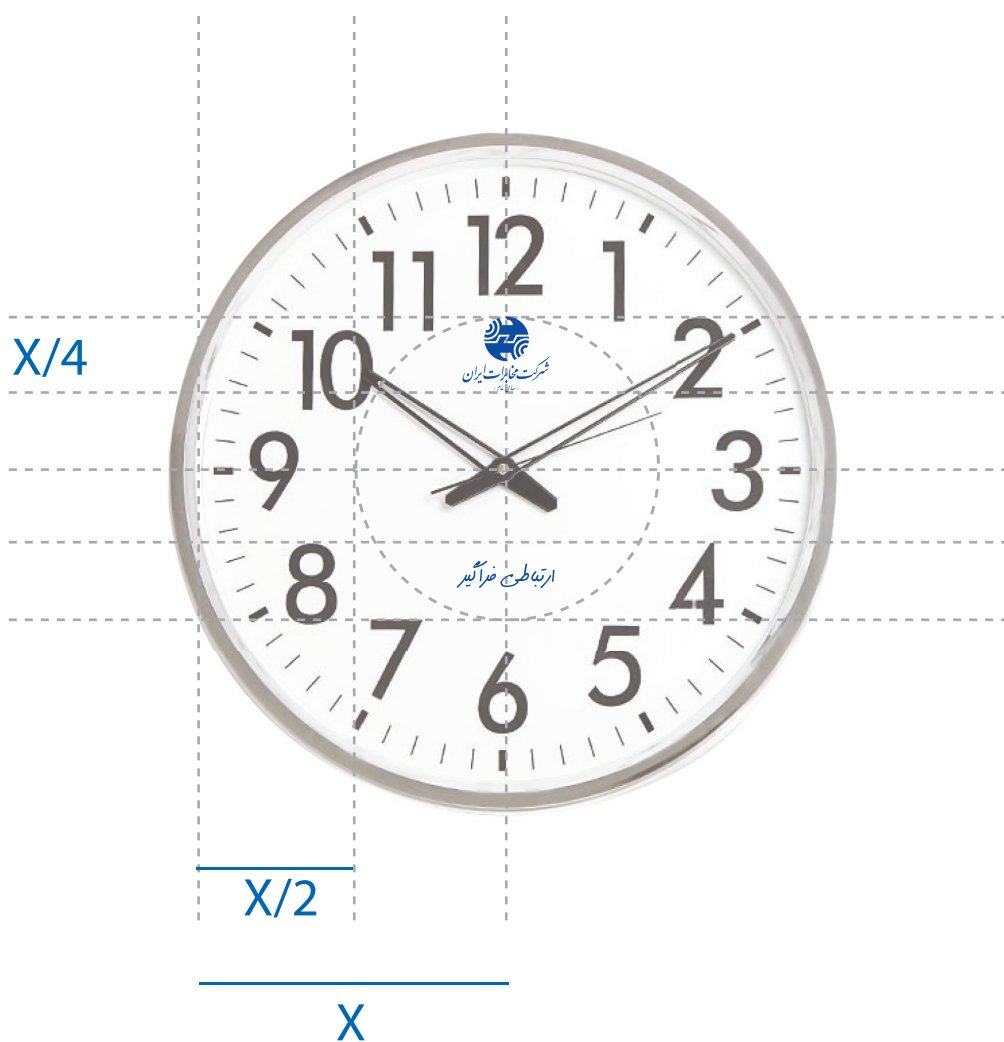
گسترده طرح لیوان کاغذی



لیوان کاغذی



## ■ محل قرارگیری نشان مخابرات در ساعت دیواری گرد





## پیشنهاد فرم، طرح و پالت رنگی تقویم رومیزی



## پیشنهاد فرم، طرح و پالت رنگی دفتر دستیار

الگوی صفحات داخلی برای استفاده در طراحی صفحات دفتر دستیار در قطع اروپایی  
سایز بعد از برش: ۱۳ در ۲۱ سانتیمتر

13 CM

The diagram shows a two-page spread of a notebook. The width of each page is 13 CM, and the height is 21 CM. Each page has a header section with the following fields: تاریخ (Date), شماره (Number), and موضوع (Subject). The header also includes the TCI logo and the text 'شرکت مخابرات ایران' (Telecommunication Company of Iran) and 'ارتباط طرح هواگیر' (Airplane Design Contact). The main body of each page consists of horizontal lines for writing. At the bottom of each page, the website address 'www.tci.ir' is printed.



## ■ رنگبندی و جنسیت نشان شرکت مخابرات ایران در اقلام تبلیغاتی

باید توجه داشت که در تمام اقلام تبلیغاتی، رنگ سازمانی نشان شرکت مخابرات ایران ثابت است و فقط در مواردی که جنس نمونه تبلیغاتی به گونه‌ای است که باید نشان شرکت روی آن حک شده یا برجسته‌سازی شود، یا اینکه همخوانی و سازگاری میان جنس و آرم ایجاد گردد، می‌توان مسامحتاً، نشان شرکت مخابرات را از همان جنس در نظر گرفت. جنس در نظر گرفت.



■ محل درج نشان شرکت مخابرات، روی لباس پرسنل خدماتی (چاپ سیلک)

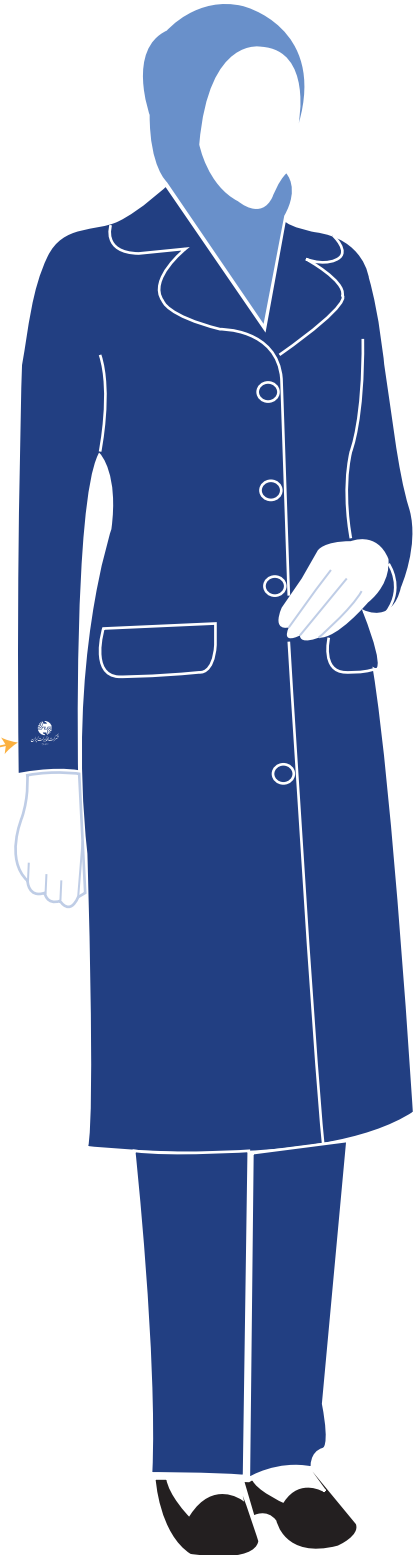




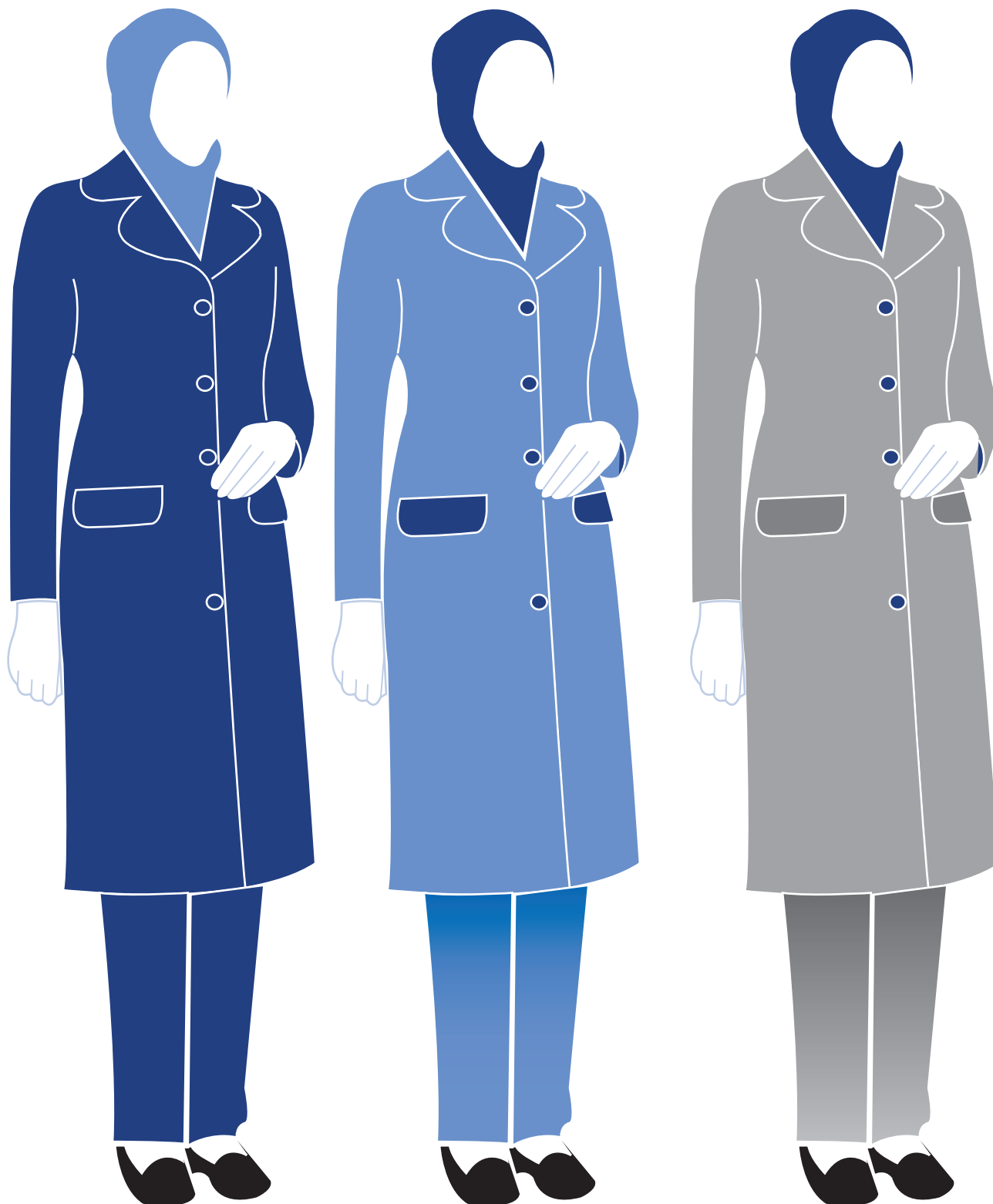
■ محل درج نشان شرکت مخابرات، روی لباس پرسنل خدماتی (چاپ سیلک)



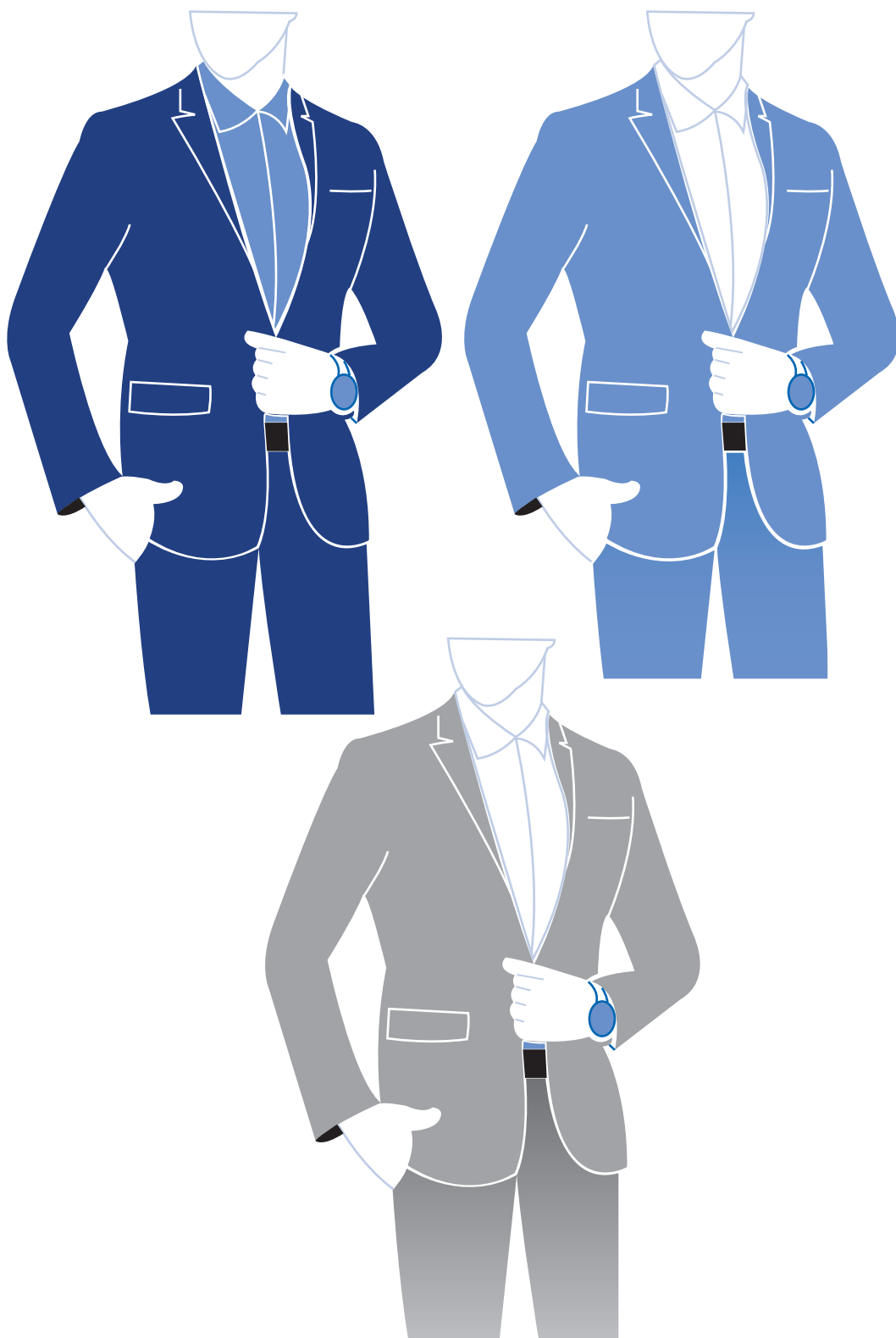
## ■ محل قرارگرفتن و نصب بیج



## ترکیب رنگ لباس فرم بانوان ■



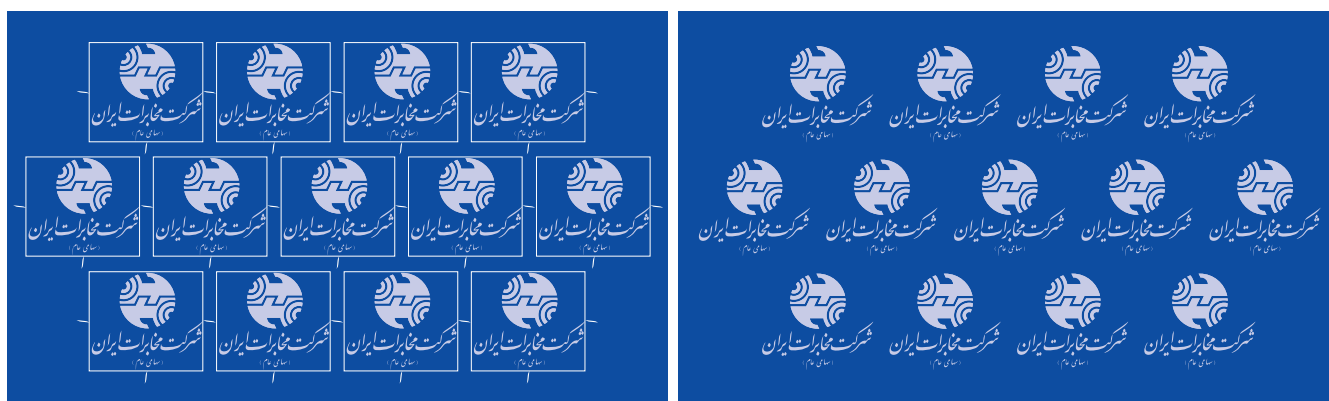
## ■ ترکیب رنگ لباس آقایان





## شیوه تکرار متوالی نشان

روش تکرار نشان شرکت مخابرات ایران به جهت طراحی انواع کاغذ کادو، کاغذ یا سلفون لفاف محصولات، طراحی استندهای مصاحبه و آستربردقه کتاب و مجلدات. همانطور که مشاهده می‌کنید فاصله باکس هر دو نشان به اندازه ارتفاع حرف الف در زیرنویش نستعلیق نشان مخابرات است. قابل ذکر است به طور معمول، تکرار نشان در دو زاویه ۱۸۰ و ۴۵ درجه در این محصولات، بیشترین کاربرد را دارد و با توجه به استانداردهای رنگی در کتابچه برند، قابل طراحی و اجرا می‌باشد. چینش بلوک‌ها نیز به صورت چینش آجری است. برای نمونه با الگوهای زیر توجه کنید.

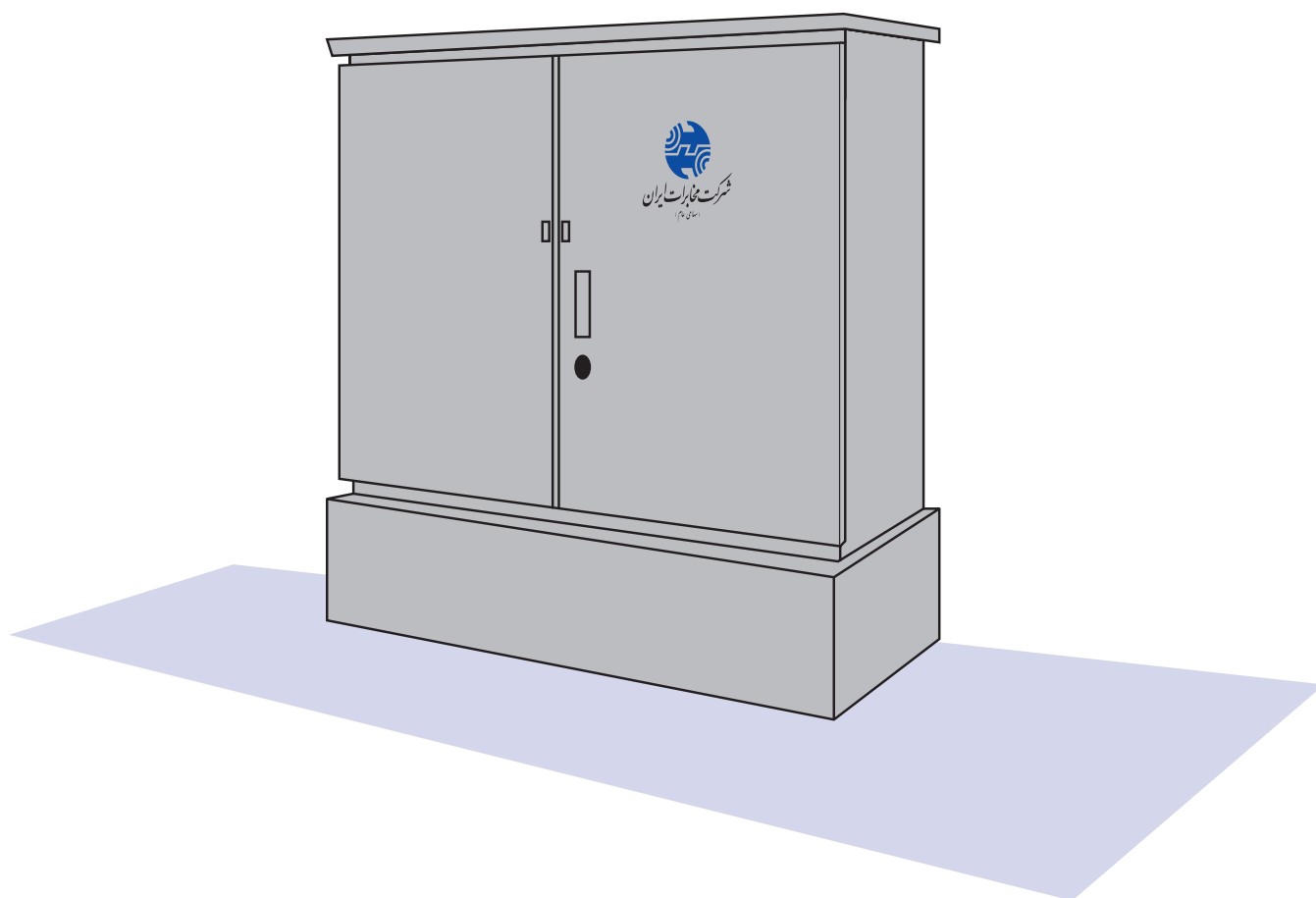


100 C  
80 M

20%  
100 C  
80 M

## ■ جعبه‌های مخابراتی (کافو)

استفاده از رنگ خاکستری با تون ۳۰ درصد

100 C  
80 M

100 K

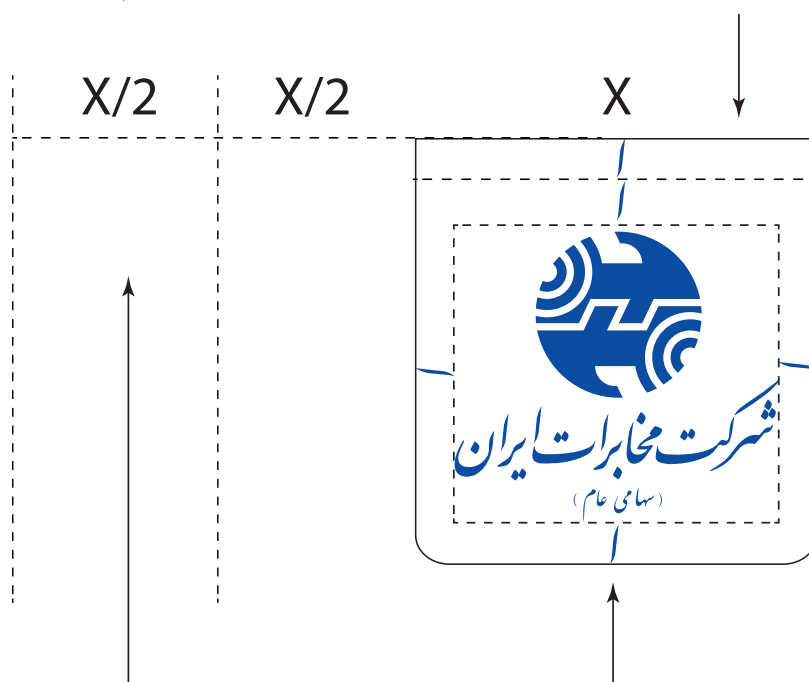
30 K

**جای‌گذاری نشان در بیلبوردها  
و استندهای تبلیغاتی و کادر  
تلویزیونی - Co branding**

## پلاک امضاء و نشان مخابرات در بیلبوردها

با توجه به اینکه معمولا در طراحی بیلبوردها از تصاویر گسترده استفاده می‌شود و زمینه‌های رنگی متفاوتی نیز در این تصاویر وجود دارد، لذا پلاک نشان مخابرات در این بیلبوردها باید کاملا از زمینه تصویر جدا باشد. این جدا سازی با یک رنگ سفید، انجام می‌شود که اگر متن بیلبورد نیز سفید بود، این پلاک را با اندکی سایه از زمینه جدا می‌کنیم.

فاصله تا حاشیه پلاک، که به بالای بیلبورد می‌رسد، به اندازه دو الف از نوشتار نستعلیق زیر آرم

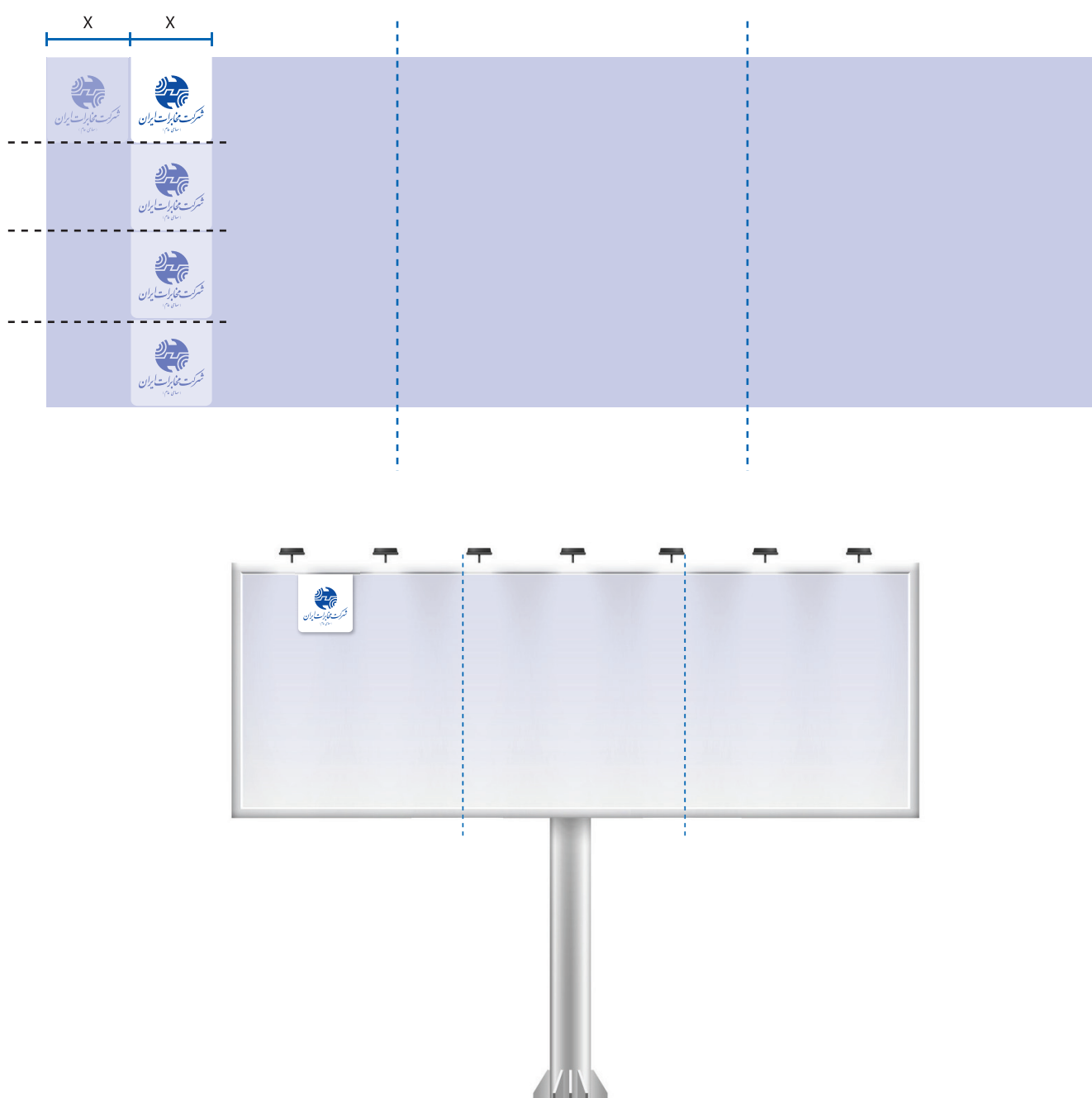


فاصله تا حاشیه پلاک، به اندازه یک الف از نوشتار نستعلیق زیر آرم

فاصله تا حاشیه بیلبورد، به اندازه تعریف شده برای هر نوع بیلبورد که در صفحات بعد مشخص شده است.

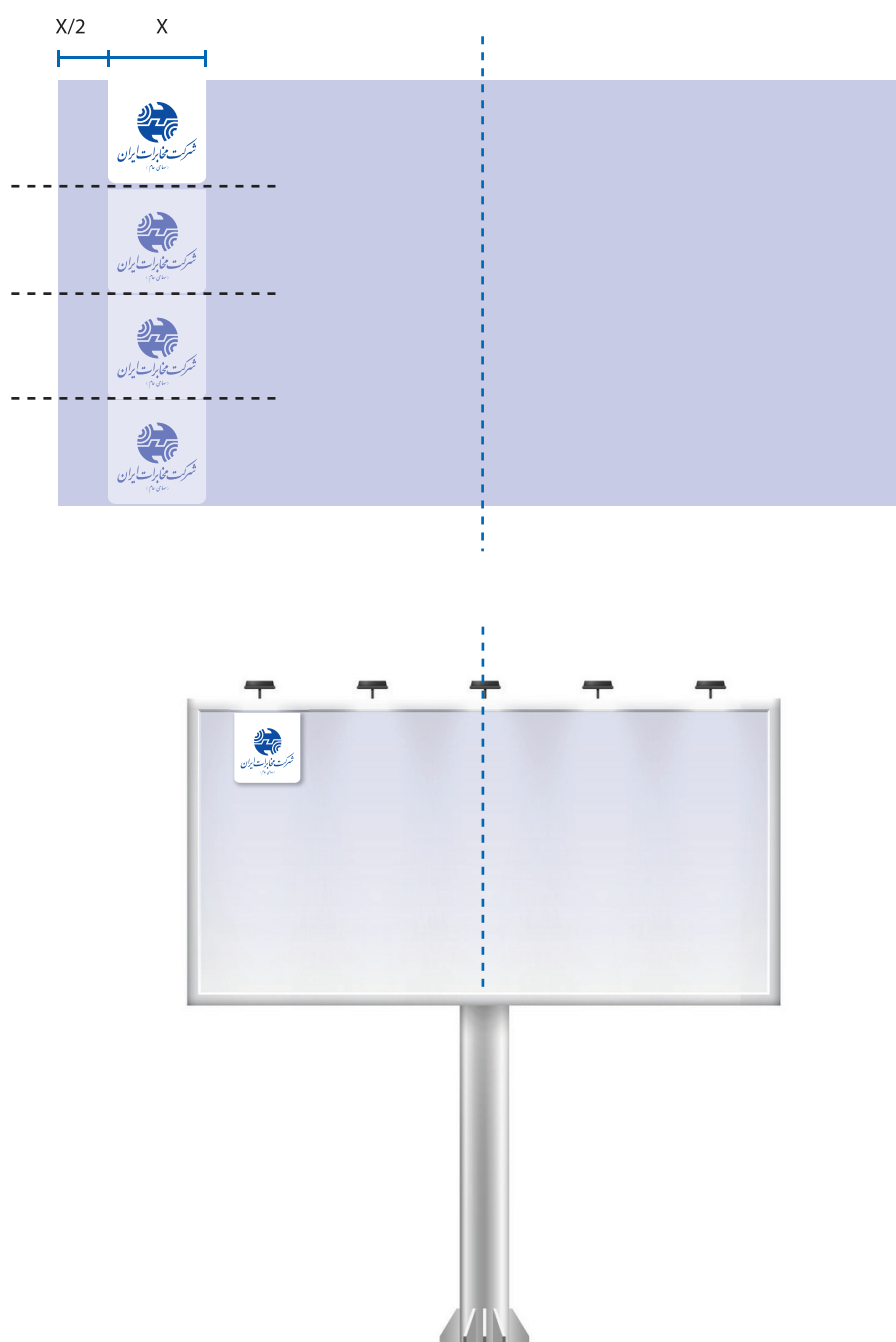
## ■ پلاک امضاء و نشان مخابرات در بیلبوردها و هوردینگ (Hording)

با توجه به تنوع بالایی که بیلبوردها و هوردینگ و استندهای تبلیغاتی از لحاظ سایز دارند، لذا در اینجا با چند مقیاس متفاوت محل قرارگیری پلاک آرم شرکت مخابرات ایران مشخص شده است.  
- در سطوح افقی یک به سه



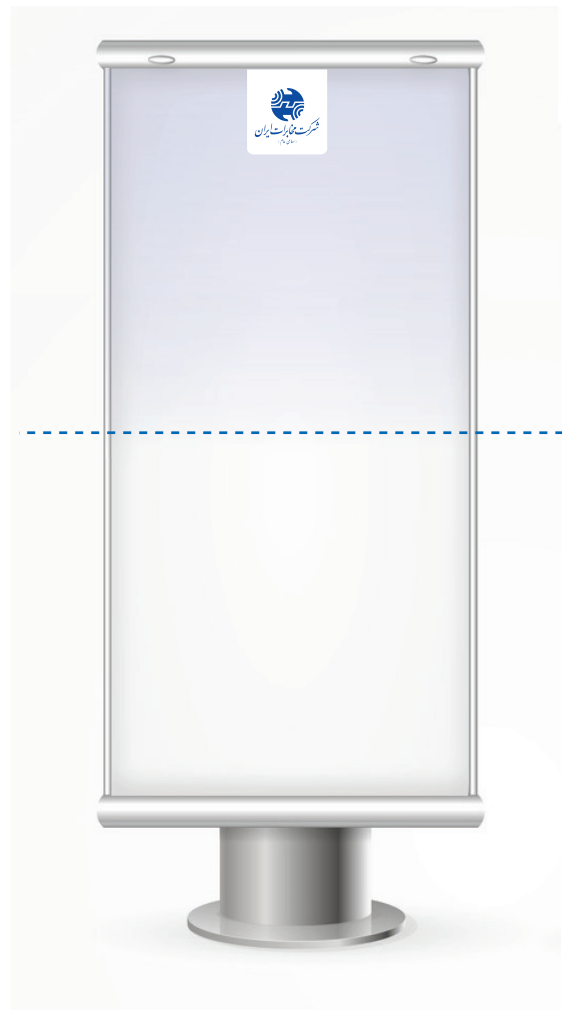
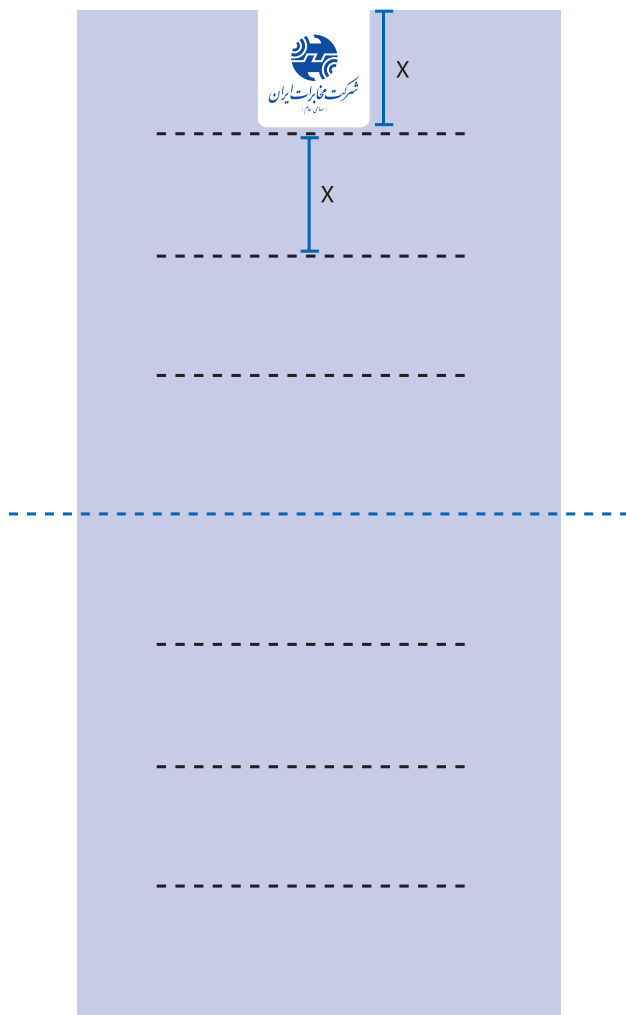
## ■ پلاک امضاء و نشان مخابرات در بیلبوردها

با توجه به تنوع بالایی که بیلبوردها و استندهای تبلیغاتی از لحاظ سایز دارند، لذا در اینجا با چند مقیاس متفاوت محل قرارگیری پلاک آرم شرکت مخابرات ایران مشخص شده است.  
- در سطوح افقی یک به دو



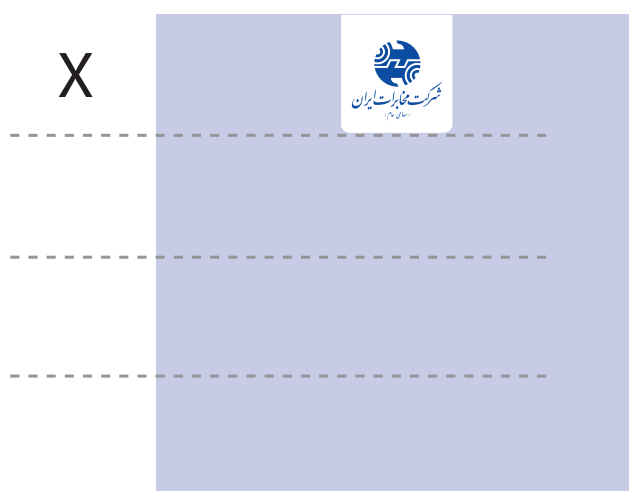
## ■ پلاک امضاء و نشان مخابرات در موپیس (Muppies)

با توجه به تنوع بالایی که بیلبوردها و استندهای تبلیغاتی از لحاظ سایز دارند، لذا در اینجا با چند مقیاس متفاوت محل قرارگیری پلاک آرم شرکت مخابرات ایران مشخص شده است.  
- در سطوح عمودی یک به دو



## ■ پلاک امضاء و نشان مخابرات در موپیس (Muppies)

با توجه به تنوع بالایی که بیلبوردها و استندهای تبلیغاتی از لحاظ سایز دارند، لذا در اینجا با چند مقیاس متفاوت محل قرارگیری پلاک آرم شرکت مخابرات ایران مشخص شده است.  
- در سطوح مربع





**استندهای نمایشگاهی**

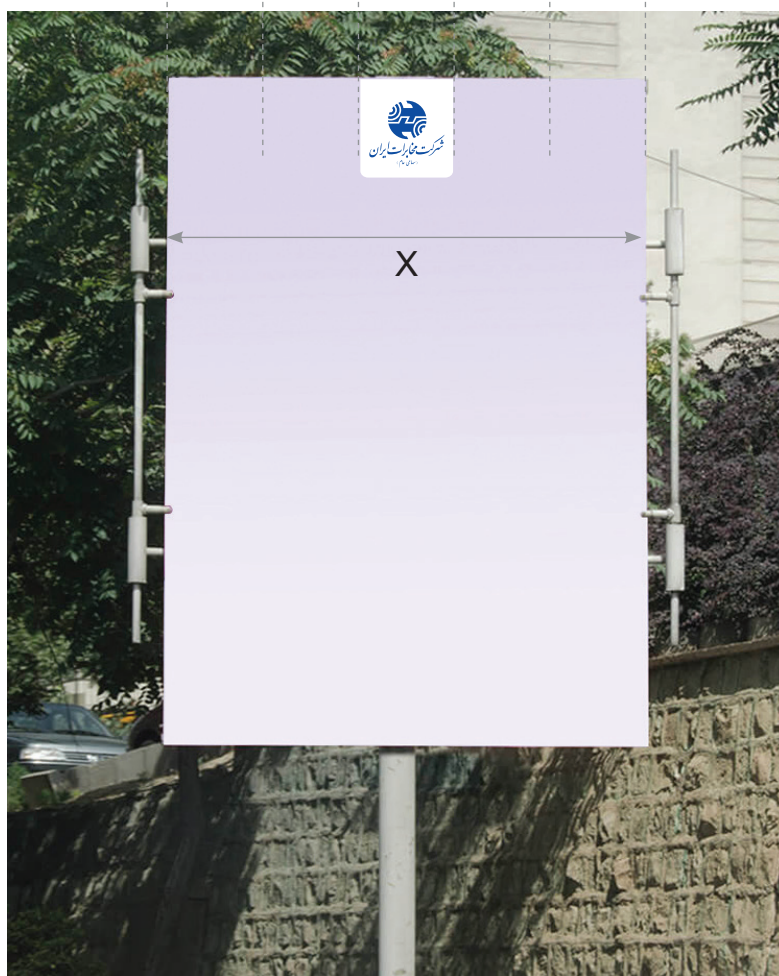
با توجه به تنوع بالای استندهای نمایشگاهی، آنچه که در این بخش مهم است اینکه همسان‌سازی جایگذاری پلاک نشان شرکت مخابرات ایران درست صورت بگیرد، که در نمونه‌های زیر این جایگذاری، مشخص شده است.



## تبلیغات استربرد و جای‌گذاری پلاک نشان بر روی آن

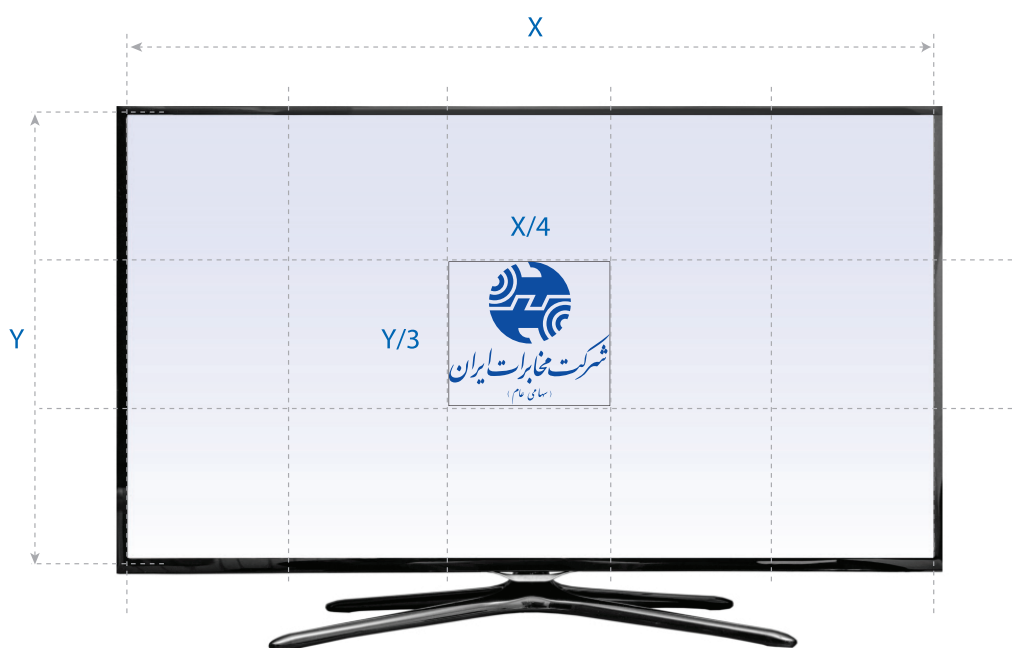
استربرد یک نوع استند تبلیغاتی ایستاده است که سایز آن به طور معمول بسیار کوچک تر از بیلبردهای تبلیغاتی است و در قطع مستطیل عمودی عمدتاً طراحی و پیاده‌سازی می‌شود و استربردها نسل جدیدی از سازه‌های بادبانی و قابل حمل ایستاده هستند. استربردها سازه‌های تبلیغاتی هستند که نقایص و ایرادات تبلیغات نسل‌های قبل از خود را در این سایز و اندازه تبلیغاتی به خوبی برطرف کردند. استربردها مقاومت و پایداری خوبی در مقابل باد دارند و هزینه تعمیر و نگهداری پایین‌تری را برای آژانس‌های تبلیغاتی در بردارند. از طرف دیگر نوع سازه تبلیغات استربرد به دلیل ویژگی سرعت در نصب و راه اندازی تبلیغات، باعث شده است تا کمپین‌های ترغیب‌کننده با هدف فروش و کمپین‌های کوتاه مدت تبلیغاتی در این نوع رسانه بسیار مورد استقبال قرار بگیرد.

X/5

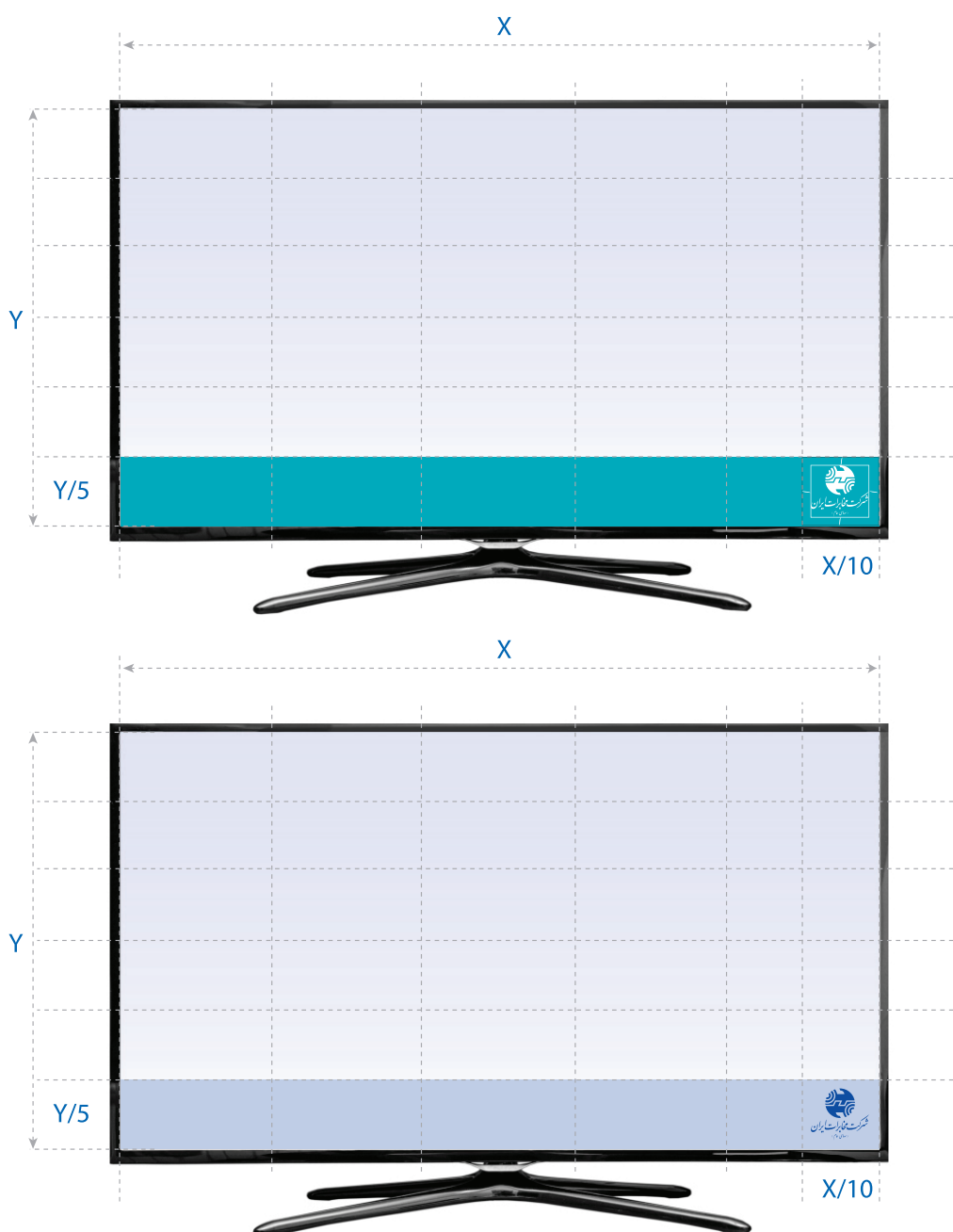


## ■ نمایش کوچکترین و بزرگترین اندازه استفاده نشان مخابرات در یک کپشن تلویزیونی

کپشن‌ها معمولاً تصاویر ثابتی هستند که در ابتدا یا انتهای یک برنامه به نمایش درمی‌آیند. با توجه به اینکه امروزه اکثر صفحه‌های نمایش تلویزیون و مانیتور، دارای مقیاس ۹:۱۶ هستند، لذا بر اساس ترکیب زیر می‌توان بهترین جای‌گذاری نشان مخابرات را در یک اسکرین اختصاصی نشان (Caption) برای کوچکترین و بزرگترین حد نمایش نشان، تعیین نمود.

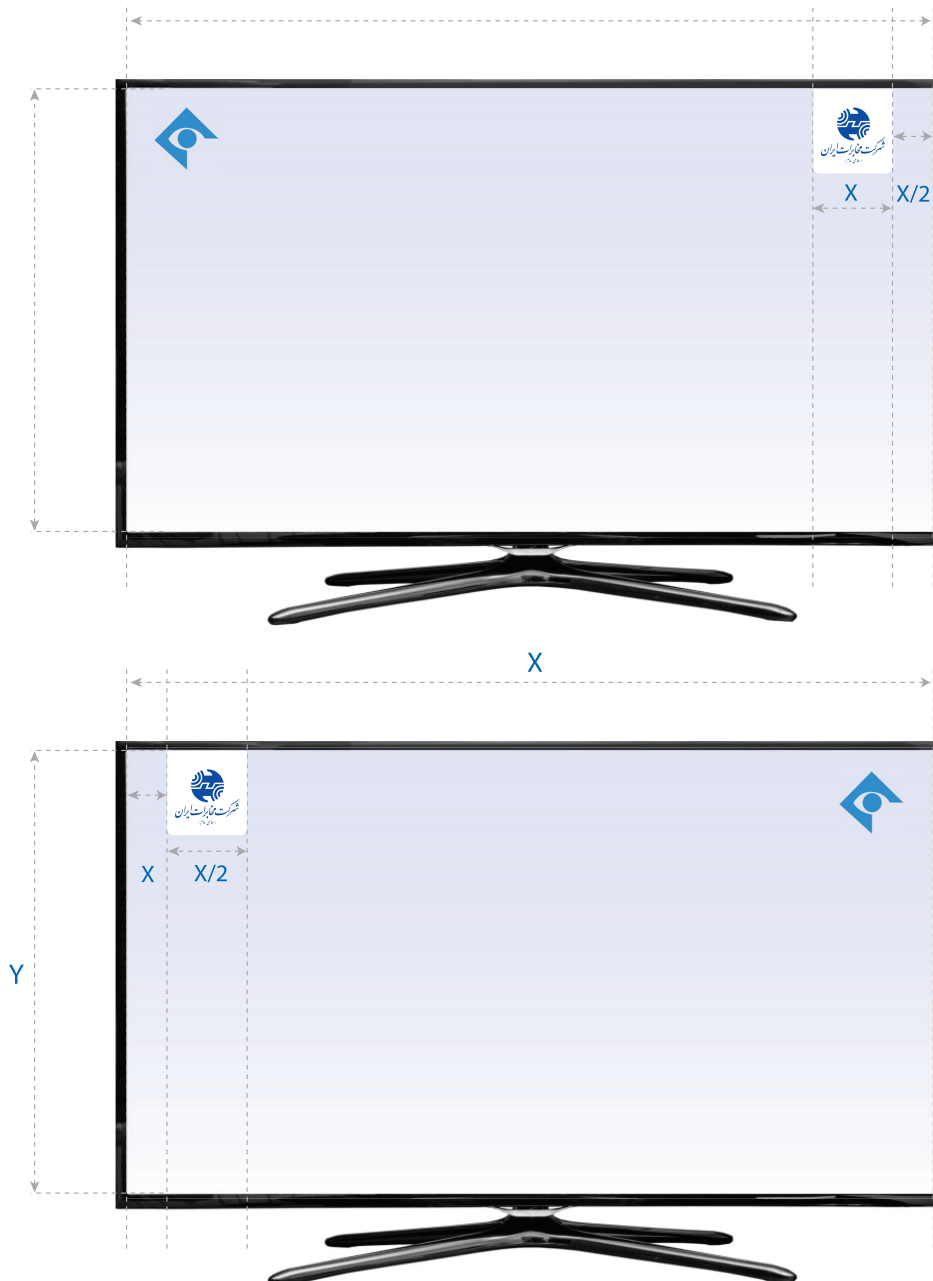


■ نمایش ساختار زیرنویس تلویزیونی (محل جای‌گزینی نشان شرکت مخابرات ایران)



■ نمایش جایگاه پلاک نشان مخابرات در کادر تلویزیون (محل جایگزینی نشان شرکت مخابرات ایران)

نشان مخابرات را می‌توان با توجه به اینکه نشان شبکه‌های تلویزیونی در سمت چپ یا راست قرار گرفته‌اند، در هر دو طرف جاسازی نمود.

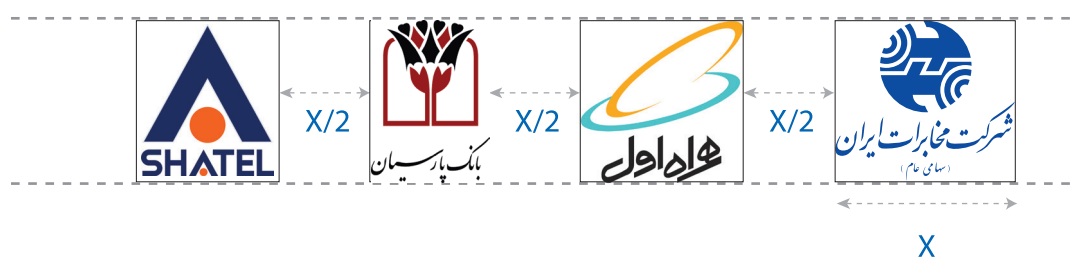


## نحوه استفاده از نشان شرکت مخابرات ایران در کنار دیگر نشان‌ها

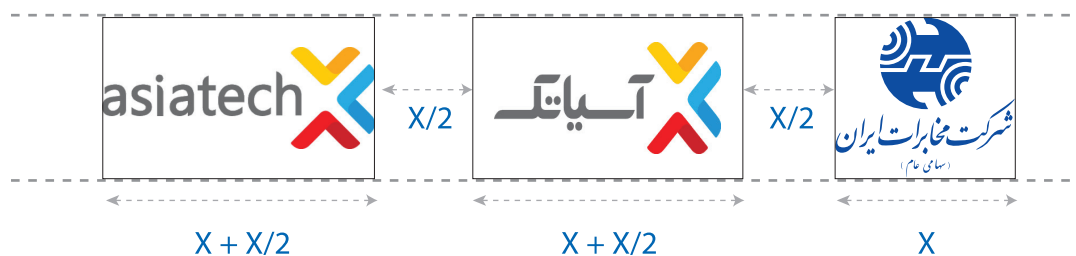
### Co Branding

برندسازی مشترک یک استراتژی بازاریابی است که شامل اتحاد استراتژیک چند نام تجاری است که به طور مشترک در یک محصول یا خدمات استفاده می‌شود. برندسازی مشترک، ترتیبی است که یک محصول یا خدمات واحد را با بیش از یک نام تجاری مرتبط می‌کند یا در غیر این صورت، کالایی را با شخص دیگری غیر از تولیدکننده اصلی مرتبط می‌کند. در چنین شرایطی باید یک رابطه مناسب میان فرم نشان‌ها و لوگو تایپ‌ها ایجاد کنیم.

برای فاصله‌گذاری بین نشان‌هایی که دارای باکس مربع یا باکسی نزدیک به مربع دارند با نشان مخابرات، از فاصله یک دوم باکس نشان مخابرات استفاده می‌کنیم. توجه داشته باشیم که باکس نشان‌های دیگر نباید از باکس نشان مخابرات بزرگ‌تر باشد.



برای فاصله‌گذاری بین نشان‌هایی که دارای باکس مستطیل افقی یا باکسی نزدیک به مستطیل افقی دارند با نشان مخابرات، از فاصله یک دوم باکس نشان مخابرات استفاده می‌کنیم. توجه داشته باشیم که باکس نشان‌های دیگر طبق مقیاس زیر محاسبه شود. همچنین مکان قرار گرفتن هر نشان افقی، در وسط باکس فاصله‌گذاری است.



■ نحوه استفاده از نشان شرکت مخابرات ایران در کنار دیگر نشان‌ها

Co Branding

نتیجه:



نتیجه:







# طراحی غرفه‌های تبلیغاتی و امور وابسته به آن

## ■ ساختار غرفه‌های نمایشگاهی

ساخت غرفه‌های نمایشگاهی دارای تنوعی بالا و مبتنی بر سلیقه‌های مدیریتی متفاوتی است، اما آنچه که مهم است، استفاده از رنگ‌های سازمانی و جای‌گذاری دقیق نشان و نوشتارهای تبلیغاتی برای همسان‌سازی و تأکید بر برندینگ است.

### لطفاً به موارد زیر توجه بفرمایید:

- ۱- از دو رنگ سرمه‌ای مخابرات و خاکستری برای طراحی رنگی غرفه استفاده شود.
- ۲- تنالیت‌های تصاویر مورد استفاده در غرفه‌ها از میدان رنگ‌های آبی باشد.
- ۳- به‌طور کلی، رنگ دامیننت در طراحی غرفه، در قلمرو رنگ سرمه‌ای مخابرات و آبی صد در صد باشد.
- ۴- ترکیب دو رنگ آبی و خاکستری تولید فضایی تکنیکال و مخابراتی می‌کند که معمولاً تداعی‌کننده‌ی فضایی‌های تک و تکنولوژیک است.
- ۴- کاربرد رنگ سفید در کنار رنگ سرمه‌ای، کنتراست بسیار خوبی را برای نویسه‌های هویتی و تبلیغاتی ایجاد می‌کند.
- ۵- سایزهای پیش‌خوان و میز اطلاعات و صندلی‌ها، همگی بر اساس استاندارد ارگونومی نوپرت اجرا می‌گردد.



■ ساختار غرفه‌های نمایشگاهی



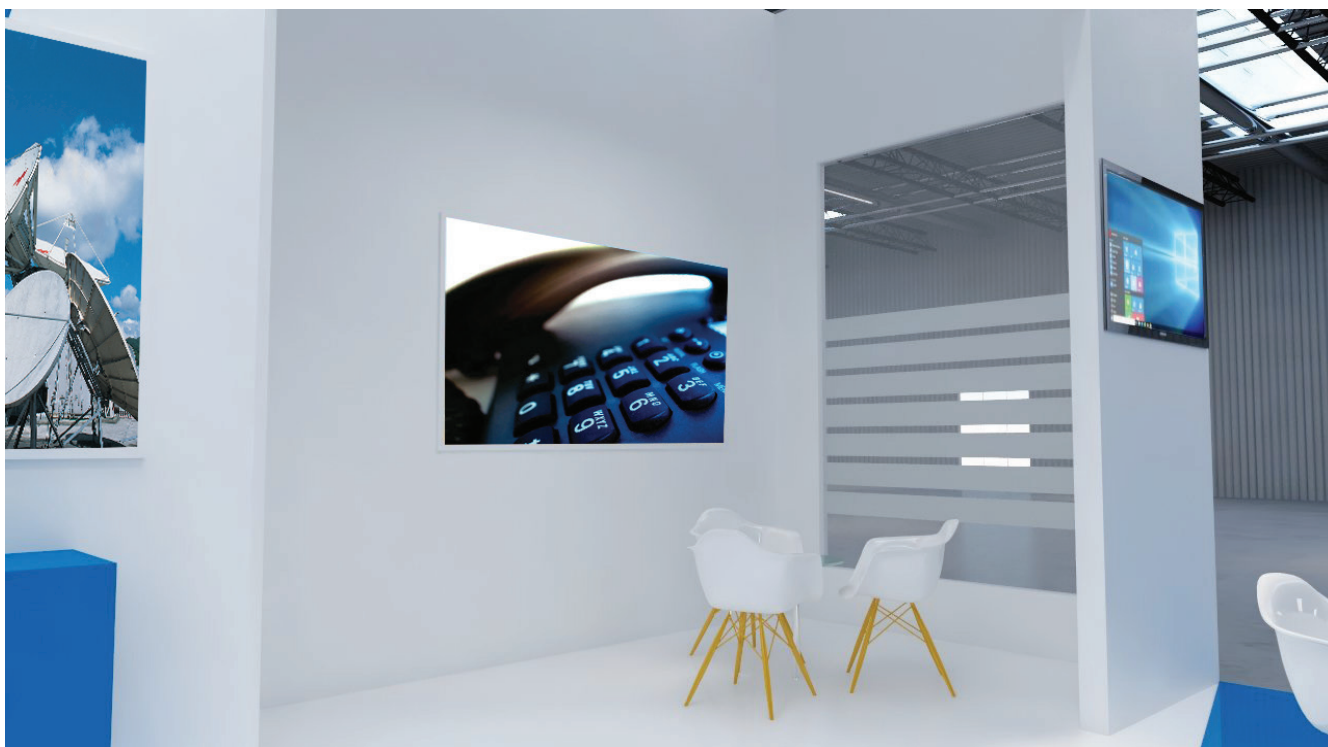
30 K	20 K	10 K
100 C 80 M	100 C	50 C

## ■ ساختار غرفه‌های نمایشگاهی



30 K	20 K	10 K
100 C 80 M	100 C	50 C

## ■ ساختار غرفه‌های نمایشگاهی

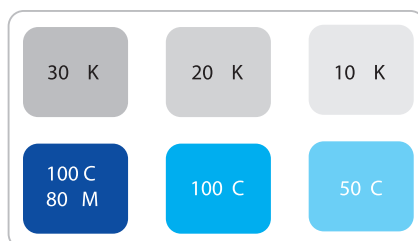




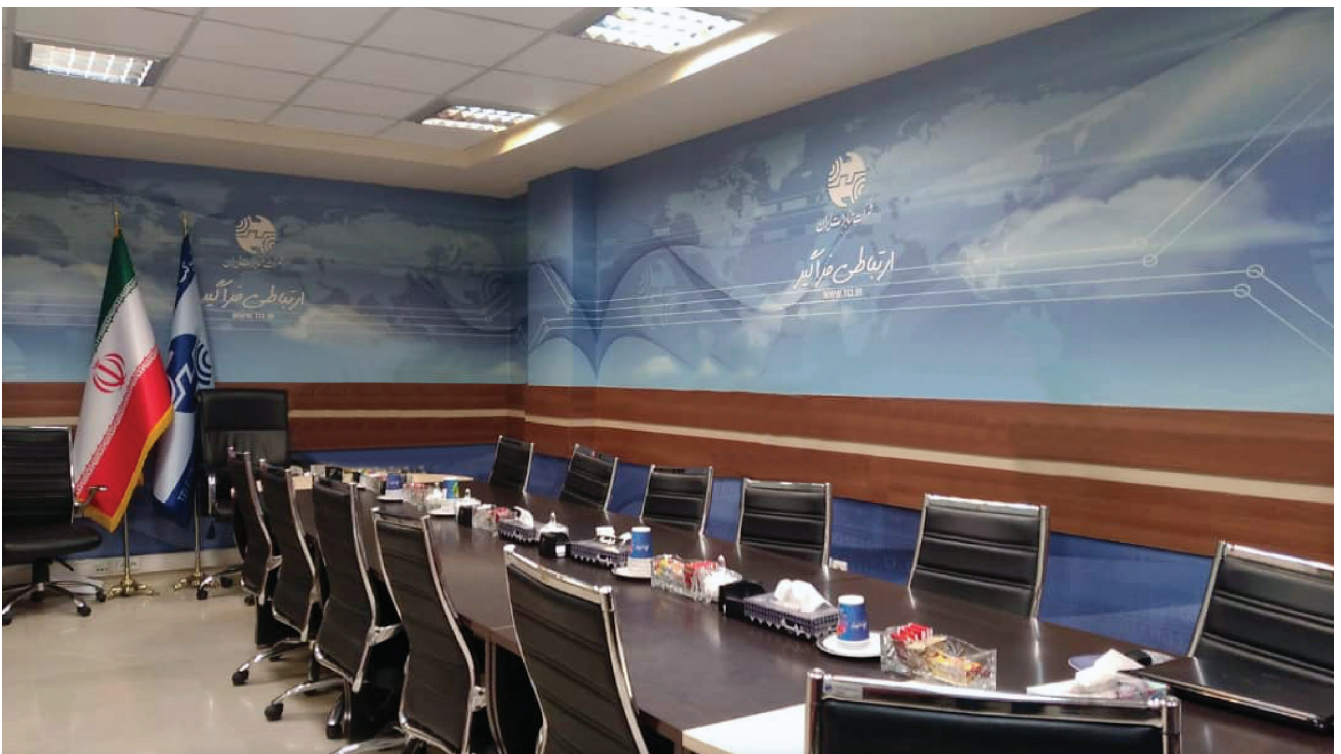
## پیشنهاد پالت رنگی اتاق‌های ویدئو کنفرانس

مؤلفه‌های مورد توجه در طراحی اتاق‌های ویدئو کنفرانس:

- ۱- استفاده از رنگ‌های تداعی کننده‌ی فعالیت‌های تکنیکال، همچون رنگ‌های سرد مثل تنالیت‌های رنگ آبی و ترکیب آن با رنگ نقره‌ای یا خاکستری
- ۲- از الصاق تابلوهای اضافی، تصاویر افراد، دست‌نوشته‌ها و اخطارها و هر شیء تزئینی دیگر در این اتاق‌ها اجتناب کنید. دیوارها می‌بایست کاملاً از سطوح صاف و تکرنگ بهره‌مند باشند.
- ۳- طراحی مینیمالیستی این اتاق‌ها، میهمانان را برای مهیا ساختن یک جلسه جدی و حرفه‌ای، آماده می‌کند.
- ۴- مختصات معماری و تجهیز این اتاق‌ها وابسته به شرایط و امکانات هر مجموعه می‌باشد. اما روح کلی طراحی، می‌بایست ناظر به تصاویر ارایه شده باشد.
- ۵- نسبت به آکوستیک بودن اتاق نیز باید توجه کافی مبذول گردد.



## پیشنهاد پالت رنگی اتاق‌های ویدئو کنفرانس



■ استند بروشور، روزنامه و مجلات

100 C  
80 M

100 C

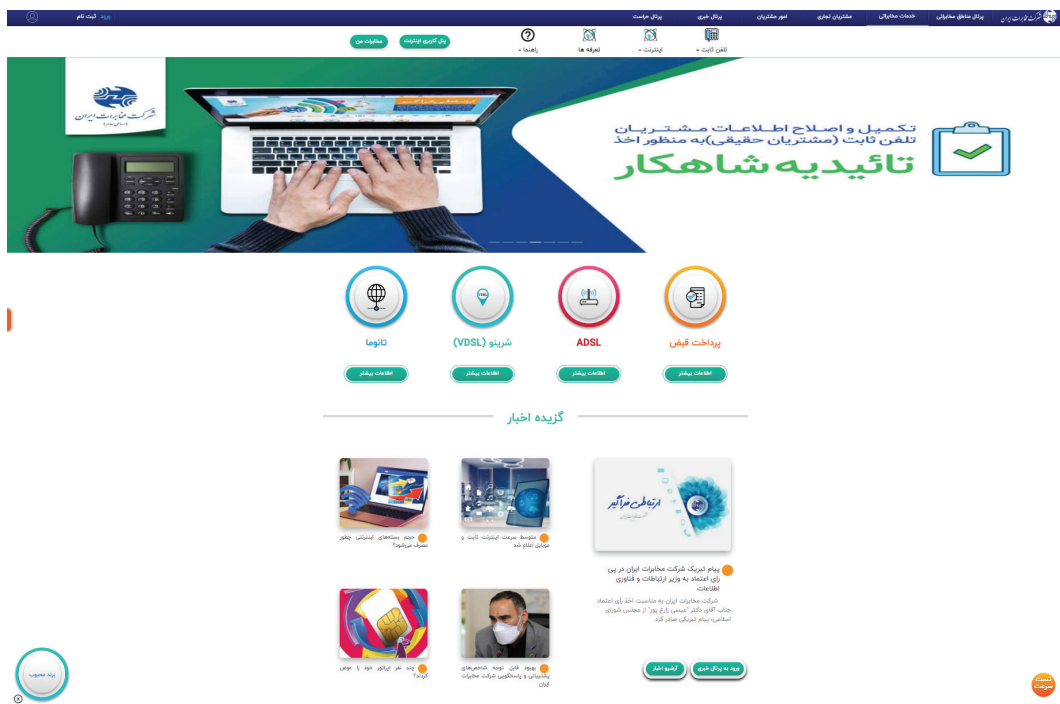
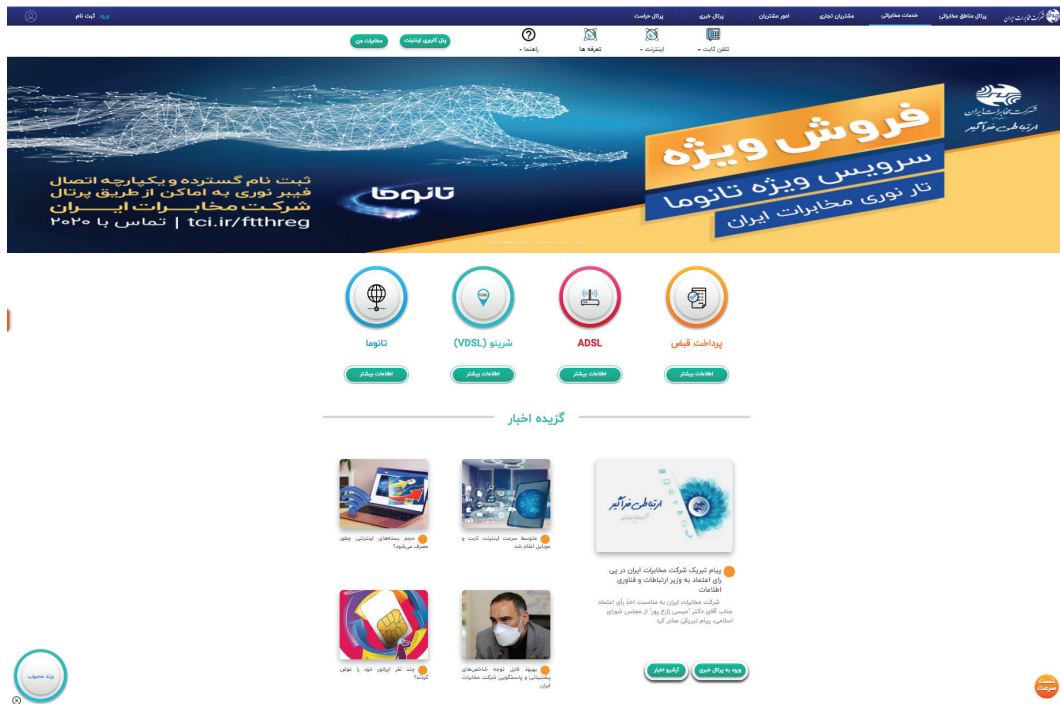
20 K



# رنگ‌بندی و ساختار نشان در فضای مجازی - صفحات وبسایت

صفحه اول تارنمای شرکت مخابرات ایران

www.tci.ir



## ■ ساختار پاورپوینت

مبنای اصلی شکل‌گیری پاورپوینت، نوعی پرزنتیشن یا معرفی یک موضوع است که عمده محتویات آن توسط حروف و چارت‌ها و تصاویر به نمایش در می‌آیند. زمینه‌ها یا تم‌های پیش‌فرض این نرم‌افزار، به کاربران این امکان را می‌دهد که با تنوع بسیار بالایی از لحاظ ساختار شکلی و هنری، به این معرفی‌ها پردازند. آنچه بیش از همه در همسان‌سازی این ساختارها در یک مجموعه مهم است، استفاده از فونت مشابه و تم‌ها و رنگ‌آمیزی‌های هماهنگ است، لذا در ساختارهای پاورپوینت شرکت مخابرات توجه به دو موضوع رنگ و فونت اهمیت بسیاری دارد.



رنگ: استفاده از رنگ سرمه‌ای شرکت مخابرات، در تمام زمینه‌های رنگی پاورپوینت، همراه با یک رنگ سرد دیگر، پیشنهاد می‌گردد.

تیتل: فونت یاقوت بولد سایز ۵۰

سوتیتل: فونت یاقوت بولد سایز ۳۰

متن: فونت یاقوت سایز ۲۰

100 C  
80 M

100 C

C: 100  
M: 30

C: 100  
M: 0

## ■ ساختار پاورپوینت

پیشنهادات پالت رنگی برای چند نمونه صفحه پاورپوینت

رنگ: استفاده از رنگ سرمه‌ای شرکت مخابرات، در تمام زمینه‌های رنگی پاورپوینت، همراه با یک رنگ سرد دیگر، پیشنهاد می‌گردد.

تیتتر: فونت یاقوت بولد سایز ۵۰

سوتیتتر: فونت یاقوت بولد سایز ۳۰

متن: فونت یاقوت سایز ۲۰

100 C 30 Y	100 C 80 M
C: 100 M: 30	C: 100 M: 80

رنگ: استفاده از رنگ سرمه‌ای شرکت مخابرات، در تمام زمینه‌های رنگی پاورپوینت، همراه با یک رنگ سرد دیگر، پیشنهاد می‌گردد.

تیتتر: فونت یاقوت بولد سایز ۵۰

سوتیتتر: فونت یاقوت بولد سایز ۳۰

متن: فونت یاقوت سایز ۲۰

75 C 100 M	100 C 80 M
C: 75 M: 100	C: 100 M: 80





شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

اداره کل ارتباطات و امور بین الملل  
تأبستان ۱۴۰۰

[www.tci.ir](http://www.tci.ir)

**BRAND BOOK**

ارتباطی فزاینده