

الأولمبياد الخاصة المباديء التوجيهية لهوية العلامة التجارية

البرامج المعتمدة | الإصدار ١,٠ / اللغة العربية

Special Olympics



٣	المقدمة
٤	استخدام هذه المبادئ التوجيهية
٥	الجمهور المتواصل
٦	شرائح الهوية

١	علامتنا التجارية
٨	تاريخنا
٩	رسالتنا
١٠	سمعة مشتركة
١١	الفكرة التوجيهية
١٢	فكرة توجيهية واحدة. العديد من القصص.
١٣	الشخصية
٢٠	نموذج علامتنا التجارية
٢١	نشر قصتنا
٢٢	اتصالات العلامة التجارية الفعالة

٢	الهوية المرئية
٢٤	لبنات البناء
٢٥	تصميم العلامة التجارية
٢٦	العلامة التجارية
٣٥	شعار الوسائط الاجتماعية
٣٦	علامة التصديق
٣٧	لوح الألوان الأساسية
٣٨	لوح الألوان الموسعة
٣٩	تدرجات اللون
٤٠	مراجع اللون
٤١	الطباعة
٤٤	منحنى ديناميكي
٤٩	تصوير فوتوغرافي
٥٠	تطبيق العلامة - الدليل السريع

٣	العلامة التجارية المغفلة
٥٢	نظرة عامة حول القرطاسية
٥٢	سندات الطباعة الموصى بها
٥٣	مقدمة الخطاب
٥٦	التوقيع في البريد الإلكتروني
٥٧	بطاقة الأعمال
٥٩	المنذرة
٦٠	الظرف
٦١	العروض التقديمية
٦٢	اللافتات والخلفيات والأعلام
٦٦	المجلدات الإعلامية
٦٧	الرسائل الإخبارية
٦٩	أغلفة التقارير
٧٠	الثريات الإعلامية
٧٣	الملصقات
٧٤	القمصان

٤	إدارة العلامة التجارية
٧٩	قائمة الاختيار
٨٠	العلامة التجارية المشتركة
٨١	بروتوكول تسمية الأعمال الفنية
٨٢	قائمة النماذج القياسية والأعمال الفنية
٨٣	فهرس المصطلحات
٨٤	جهات الاتصال والموارد

المقدمة

يرجى ملاحظة أننا لا نقوم بإنشاء هوية علامة تجارية "جديدة" للأولمبياد الخاصة. وقد تم إنشاء هذه المبادئ التوجيهية لتوطيد العلامة التجارية للأولمبياد الخاصة القائمة وتعزيز انتشارها تمثيلاً مع أهداف الخطة الاستراتيجية للأولمبياد الخاصة. تعمل المبادئ التوجيهية على تحقيق توازن في حاجتنا الجماعية لتحقيق المزيد من التقدير من خلال اتباع نهج موحد تجاه الحاجات الفردية لإيجاد تنوع مناسب للجمهور المتميز والأقاليم وقنوات الاتصال.

العلامة التجارية هي سمعتنا، وهي سمعة تتقاسمها كافة البرامج ضمن الأولمبياد الخاصة. تحتل هذه السمعة مكانة في قلوب وعقول الجمهور والمساهمين لدينا. تتشكل سمعتنا هذه بناء على ما نقدمه ولكنها تتأثر أيضاً بصيغة التواصل وكيفيته.



استخدام هذه المبادئ التوجيهية

تنقسم هذه المبادئ التوجيهية إلى أربعة أقسام رئيسية. يعمل القسم الأول على تقديم الأفكار والرسائل في صميم علامتنا التجارية؛ بينما يعمل القسم الثاني على توفير الرسوم البيانية للبنى الأساسية التي تعمل على إنشاء هويتنا المرئية أما القسم الثالث فيقوم بتجميع هذه العناصر معًا لتوضيح العلامة التجارية المفعلة. ويقدم القسم الأخير معلومات حول إدارة العلامة التجارية.



احذر

ينبهك هذا الرمز بالأخطاء الشائعة لكي تحترس منها أو المجالات التي قد تكون عرضة لسوء الفهم.



التقنيات

يبرز هذا الرمز المعلومات ذات الطبيعة التقنية المتعلقة بإنشاء العمل الفني وتنفيذه.



شاهد وتأمل

يسلط هذا الرمز الضوء على العناصر التي تبلغ المظهر المرئي ونمط الرسوم البيانية لعلامتنا التجارية.



المراسلة

يسلط هذا الرمز الضوء على المعلومات التي سوف تساعدك في النظر في طريقة التواصل عبر الكلمات.



الفكرة الرئيسية

يسلط هذا الرمز الضوء على أفكار محددة لاستيعابها. يعتبر التفاهم المشترك من صميم الإدارة الفاعلة للعلامة التجارية.

سوف تساعدك هذه الرموز على تحديد المجالات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة لمجال خبرتك.

ويدخل هذا الرمز بعض التمارين البسيطة التي قد يكون من المفيد تنفيذها قبل إنشاء الاتصالات الأصلية.



الجمهور المتواصل

عند التواصل مع العلامة التجارية الخاصة بالأولمبياد الخاصة فإن هناك ثلاث أنواع رئيسية من الجماهير: الجمهور العام، أعضاؤنا ومؤيدونا والرعاة والشركاء. سيكون لكل نوع من هذه الجماهير متطلبات إعلامية استنادًا إلى مستويات التطور وفهم القضايا التي نعالجها والعمل الذي نقوم به.



الرعاة والشركاء

يتضمن هذا النوع من الجمهور البرامج الأخرى ضمن حركة الأولمبياد الخاصة والهيئات الحكومية وواضعي السياسات وشركاء الرعاية التشغيلية الحالية. تعكس الاتصالات علاقة أكثر مهنية مع الأولمبياد الخاصة وتحتوي على قدر أكبر من التفصيل والوضوح.



الأعضاء والداعمون

تركز الاتصالات مع الأعضاء والداعمين على تعميق طبيعة العلاقة من خلال المعلومات ذات الصلة التي تصل بصورة تدريجية. على الرغم من أن هذه الاتصالات قد تحتوي على معلومات أكثر من تلك الخاصة بالجمهور العام، إلا أنها لا تزال بحاجة إلى أن تكون بسيطة ومركزة.



عامّة الناس

لا يمكن أن نفترض أن أعضاء من عامة الناس تعرف من هي الأولمبياد الخاصة وما نقوم به. ينبغي أن تكون الاتصالات مع عامة الناس بسيطة ومباشرة من أجل تأسيس التقدير والجمعيات المناسبة مع علامتنا التجارية.



سوف تؤثر فئة الجمهور المستهدفة المحددة على النهج الذي اتخذته تجاه كم المعلومات المقدمة وتفصيلها، ووضوح الرسالة أو الفروق البسيطة فيها ومدى حاجة الأولمبياد الخاصة للشرح والتفسير.

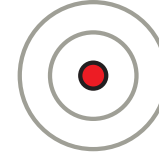


اتخذ الوقت الكافي لتحديد نوعية الجمهور التي ترغب في التواصل معه. إذا كان لديك نوعيات جماهير متعددة، فحاول سردها في قائمة وإدراج سماتها الخاصة.

شرائح الهوية



تتطلب الشرائح المختلفة من تطبيق الهوية درجات مختلفة من مدخلات التصميم الفنية. وقد صنفنا هذه الشرائح إلى ثلاث شرائح مختلفة.

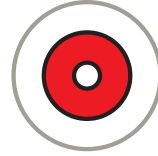


١. الهوية الأساسية

البساطة هي الذكاء

تمثل منطقة الهوية الأساسية العناصر الأساسية للاعتراف بالهوية مع التركيز على تطبيق الشعاع واستخدام لوح الألوان الأساسية.

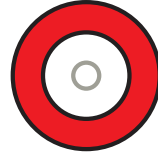
وتشمل العناصر داخل هذه المنطقة علامات أو القرطاسية أو البضائع أو الاتصالات التي لا تتطلب سوى علامة رئيسية ولوح الألوان الأساسية.



٢. تشغيلي

اجعل الأمر أكثر سهولة لتعزيز العلامة التجارية

تركز الشريحة الثانية على تقديم المعلومات إلى أعضائنا والرعاة وشركائنا. تشمل العناصر الموجودة في هذه الشريحة النشرات الإخبارية، والتقارير السنوية وتحديثات المشروع والعروض التقديمية. على عكس الشريحة ١، تحتوي هذه الشريحة على مجموعة واسعة من المعلومات وهي أكثر تنوعاً مرئياً. يتم استخدام لوح الألوان الثانوية لإنشاء الفرق المناسب بين عناصر الاتصال.



٣. وكالة

استراتيجية التفكير

هوية الشريحة الثالثة أكثر تحديداً وإقناعاً في نمط الاتصال به. مع الاحتفاظ بالتفويض الواضح للهوية الأساسية، تتطلب هذه التصاميم نهجاً أكثر تفاعلاً للنسخ والتصوير بشكل أكثر فاعلية في الفضاء المزدهم باتصالات العامة.

وتشمل العناصر الموجودة في هذه الشريحة الإعلانات عبر التلفزيون والإذاعة الخارجية وحملات البريد المباشر.



عند إنشاء الاتصالات، يرجى معرفة ما إذا كان هذا البند قد تم تصميمه فعلاً وما هي المهارات والموارد قد تحتاجها لإنشاء العنصر لمعيار مناسب.

العناصر الموجودة في الشريحة ١ هي إما مصممة مسبقاً كنموذج أو تتطلب خبرة التصميم قليلاً أو لا تتطلب.

يمكن إنشاء عناصر في الشريحة ٢ داخلياً مع مهارات التصميم الأساسية. سوف تتطلب المستندات الأكثر تعقيداً أو دقة مهارات مصمم محترف.

يتم إنشاء عناصر في الشريحة ٣ بشكل عام من المصممين المحترفين والوكالات.



المبادئ التوجيهية لهوية العلامة التجارية القسم ١

علامتنا التجارية

يقدم لك هذا القسم من المبادئ التوجيهية الأفكار التوجيهية والسمات الشخصية التي تخبرك بكيفية التواصل. بفهم واستيعاب للأفكار في صميم علامتنا التجارية يمكننا تفويض لجنة وإنشاء الاتصالات المناسبة لجمهور معين في حين يتم مشاركة رسالة الأساسية المشتركة والشخصية المتميزة.

ومنذ تأسيسها في عام ١٩٦٨، نمت الأولمبياد الخاصة من منافسة تتطوي على ١,٠٠٠ من الرياضيين إلى حركة عالمية تضم ٤ مليون من الرياضيين. حتى عندما زاد عددا، فلا تزال قصتنا تدور حول الأفراد الشجعان الذين يعملون على تحقيق أشياء عظيمة سوياً.

وسرعان ما تبلورت رؤيتها حيث عقدت يوم مخيم صيفي للشباب من ذوي الإعاقة الذهنية في الفناء الخلفي من بيتها. وكان الهدف معرفة ما يمكن أن يفعله هؤلاء الأطفال في الألعاب الرياضية وغيرها من الأنشطة - دون الإسهاب في الحديث عن ما لا يستطيعون القيام به.

وقد بدأت الفكرة الكامنة وراء الأولمبياد الخاصة في أوائل الستينيات، عندما شاهدت يونيس كينيدي شرايفر ظلمًا واضحًا في طريقة معاملة الأشخاص من ذوي الإعاقات الذهنية. وقالت أنها شاهدت أيضًا أن العديد من الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة حتى لم يكن لديهم مكان اللعب. فالتحقت ببعض الإجراءات.



تقديم التدريبات والمنافسات الرياضية على مدار العام في مختلف الرياضات الأولمبية للأطفال والشباب البالغين من ذوي الإعاقات

الذهنية، مانحين إياهم فرصًا متواصلة لتطوير اللياقة البدنية وإظهار

الشجاعة وتجربة البهجة والمشاركة في تبادل الهدايا والمهارات والصدقة مع عائلاتهم ومع غيرهم من أبطال الأولمبياد الخاصة والمجتمع.

ما نقوم به

من أجل من* نقوم بهذا

لماذا نقوم بهذا

* تستفيد الأسر والمجتمع الأوسع نطاقًا أيضًا من ما نقوم به.

مجتمعات متنوعة هوية مشتركة



انتشرت الأولمبياد الخاصة منذ عام ١٩٦٨ لتصبح حركة عالمية بها ما يزيد على ١٧٠ برنامج معتمد. يعكس كل نوع من هذه البرامج الثقافة والعادات وتنوع مجتمعاتها المحلية حيث يتم مشاركة السمعة التي تعمل على التعريف بالأولمبياد الخاصة.



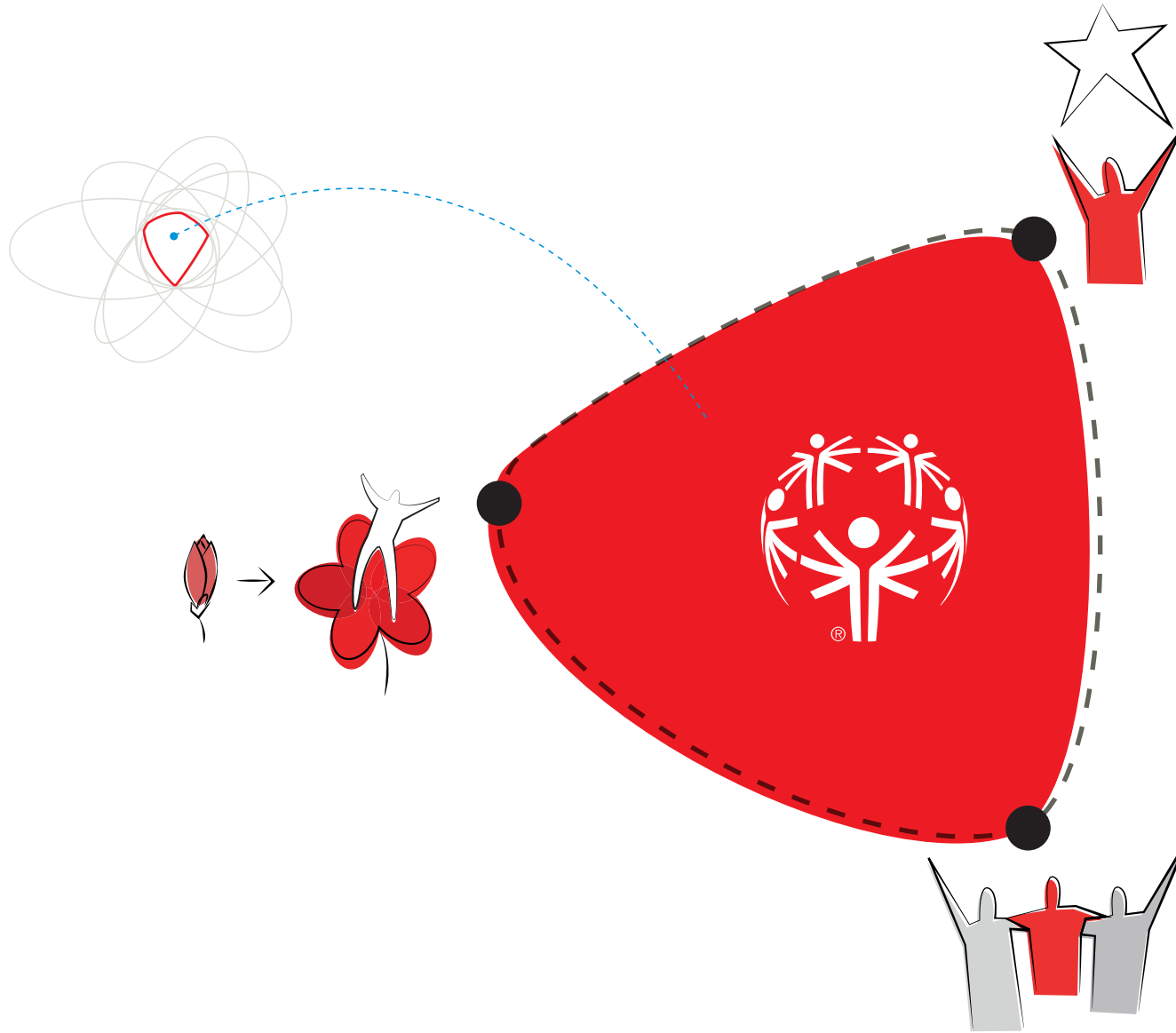
اتخذ الوقت الكافي للتعرف على القصص الأكثر انتشارًا من خلال البرنامج الخاص بك. من خلال المكتشفين المحليين للرياضيين، والأسر، والمدربين والمتطوعين والشركاء - هناك العديد من القصص التي ينبغي أن تُحكى بالمعنى المحلي.





هذه المساحة المتداخلة في صميم العلامة التجارية للأولمبياد الخاصة هي عبارة عن مساحة يمكن تعريفها بواسطة ثلاث أفكار عنصرية.

تتجاوز هذه الأفكار التي تم إيضاحها مرئيًا في هذا الرسم التوضيحي، لغات وقدرات وثقافات مختلفة لإنشاء إطار عمل يمكن من خلاله نشر قصتنا المشتركة. تلك القصة التي يمكن نشرها بطرق عديدة، بكل اللغات، لجمهور مختلف، حيث تعبر دائمًا عن غرض مشترك.



فكرة توجيهية واحدة. العديد من القصص.



الكلمات المرتبطة



"الكشف عن البطل بداخلنا جميعا" تجمع هذه العبارة بين الأفكار الثلاثة العنصرية في تعبير واحد. إنها مجرد طريقة واحدة ضمن العديد من الطرق للتعبير عن فكرتنا التوجيهية.

وهناك العديد من الكلمات المرتبطة بها والأفكار التي يمكن استخدامها للتعبير عن هذه الأفكار العنصرية بطريقة تحقق انتشار أفضل للجماهير المحلية المحددة.



اتخذ الوقت الكافي للنظر في كيفية التعبير عن هذه الفكرة التوجيهية بطريقة تحقق أكبر انتشار للمجتمع المحلي الخاص بك أو لجمهور محدد.



تعبر سماتنا الشخصية عن نبذة الصوت التي نتواصل بها. يجب أن تعتبر هذه الصفات بصفة مجتمعة. إنه مزيج الصفات التي تخلق لدينا شخصية فريدة من نوعها.



تذكر أنه يمكن التعبير عن هذه الصفات في المحتوى بطريقة لكيفية التواصل ضمناً في المحتوى وطريقة تواصلنا مع الآخرين. لا يلزم أن تكون كل سمة من هذه السمات صريحة في كل بند من البنود التواصل تم إنشاؤه.



عند إنشاء الاتصالات، يلزم النظر في العواطف التي تثيرها هذه الكلمات وتقييم الشكل والمظهر الخاص باتصالاتك ضدّهم.

ملهم
مفعم بالبهجة
شامل
محدد
حماسي
جدير بالثقة



مُلهم



رسائلنا قوية وبسيطة ومباشرة، وتلهم على العمل وتساعد في تحفيز الناس على إطلاق العنان للطاقة التحويلية والمتعة الرياضية.



تؤثر طريقة التصرف والتواصل على إلهام الناس على القيام بأشياء جديدة والتفكير في طرق جديدة. تمكن الأولمبياد الخاصة الأشخاص من اكتشاف الأبطال بداخلهم.

الشخصية

علامتنا التجارية

مفعم بالبهجة



رسائلنا مبشرة وترسم الابتسامة على وجوه الناس حيث تعكس إيماننا بأن المتعة الرياضية هي قوة تحويلية.



ونحن نلهم الناس بطريقة مشجعة وإيجابية. يعد الفرحة فائدة رئيسية للأولمبياد الخاصة وهذا الشعور الضمني في كل ما نقوم به.

شامل

نستخدم كلمات مثل 'نحن' عندما نصف ما نقوم به. تعكس تخيلاتنا التنوع في حركتنا.

الأولمبياد الخاصة هي حركة مجتمعية تتجاوز الجنسية أو العرق أو العقيدة أو الجنس أو العمر أو الوضع الاجتماعي. فهي تعمل على إنشاء مكاناً للأشخاص بجميع قدراتهم.

محدد



توضح رسائلنا التصميم بالاحتفال والتعريف بالرحلة التي يقوم بها رياضيونا وليس فقط ميداليات الفوز.



ما نقوم به يتطلب الشجاعة والمثابرة. يتجلى تصميمنا على تغيير حياة الكثيرين في قوة وصراحة اتصالاتنا.

ساعدوني لأفوز. ولكن إذا لم أتمكن من الفوز،
فساعدوني لأنال شرف الشجاعة في المحاولة.

القسم الرياضي في الأولمبياد الخاصة

حماسي



تمتلك اتصالاتنا الشجاعة لتحدي التحيز
والتحدث عن ما هو صحيح.



تحتفل الأولمبياد الخاصة بشجاعة الرياضيين
والتحديات والعواقب التي يتغلبوا عليها كل

يوم

جدير بالثقة

نقوم بتواصلنا للاحتفال باللحظات الحقيقية للتحويل والتي تتم في الأولمبياد الخاصة كل يوم. نحن نحتفل بقصص الإنجازات الشخصية والمتعة.



الأولمبياد الخاصة هي حركة شعبية في الأصل. وهي مبنية على الأمل والرغبات، والطاقة وتصميم الشعوب الحقيقية، في مجتمعات حقيقية لتحقيق نتائج حقيقية.





يعتبر نموذج علامتنا التجارية هو رسم تخطيطي واحد يجمع بين الجوانب المختلفة لسمعتنا المشتركة عبر حركة الأولمبياد الخاصة.



الفوائد
هذه هي بعض الفوائد الرئيسية المستمدة من كل من المشتركين في الأولمبياد الخاصة. تصف هذه الفوائد سبب قيامنا بما نقوم به.

التعهد
يمثل تعهدنا هذا تليخيص لما يمكن أن يتوقعه الناس من الأولمبياد الخاصة. إنه تعبير أكثر انفعالية يعبر عن رسالتنا.

الشخصية
تعمل هذه الصفات على نشر نغمة صوتنا وكيفية تواصلنا.

الفكرة التوجيهية
الفكرة التوجيهية هي تمثيل مرئي لجوهر العلامة التجارية التي تتجاوز اللغة والثقافة وتنتشر كل ما نقوم به.

الرسالة
تصف رسالتنا ما نقوم به ومن أجل من نقوم به وفوائده.

نقاط الدخول
بالرغم من أن التدريب الرياضي والمنافسة الرياضية هي أكثر النقاط إقراراً للدخول إلى الأولمبياد الخاصة، إلا أن الصحة والتعليم وبرامج المجتمع المحلي تعتبر أيضاً فرصة لمختلف الجماهير للمشاركة.

نشر قصتنا دليل نمط الاتصالات



هذه بعض الاقتراحات البسيطة التي سوف تساعدك على إنشاء رسائل قوية تعبر عن رسالتنا.

- ✓ اكتب الرسالة مع جمهورك المستهدف في العقل. انظر إلى رسالتك من منظور الشخص المتلقي للرسالة. (وضع تصور لشخص ما والذي يعد جزءًا من هذا الجمهور. بالاتصال مع هذا الممثل الفردي في عقلك وتخيل كيف أنهم قد يستجيبوا، وسوف تعمل بفاعلية على إنشاء الرسائل التي يتردد صداها مع الجمهور المستهدف.)
- ✓ حدد نقطة الإدخال الأكثر ملاءمة لجمهورك المستهدف. بالرغم من أن هذا الإنجاز الرياضي قد يكون لواحد من رياضيينا، إلا أنه مم الممكن أن تكون أيضاً هذه القصة صادرة من أصل واحد من برامجنا الصحية أو المجتمعية أو التعليمية.
- ✓ انشر بعض القصص عن الرياضيين والمتطوعين التي تتواصل مع التحول والإنجاز والمجتمع.
- ✓ استخدام صيغ العموم: "نحن".
- ✓ استخدم العناوين لتخبر القارئ بطريقة سريعة عن قصتك أو المحتوى الخاص بك.
- ✓ اجعل رسالتك قصيرة وموجزة! بعد كتابة رسالتك، أعد قرائتها مرة أخرى وابحث عن الكلمات التي يمكنك حذفها. وكلما ازدادت سرعة قراءة الجمهور لرسالتك، كلما ازدادت قراءة الجمهور وتفهمهم لها. (لا تقم بتضمين أية معلومات لا يحتاجها جمهورك المستهدف.)

- ✓ استخدم الكلمات التي تحض على العمل.
- ✓ قم بتجميع كافة المعلومات ذات الصلة بحيث يتم استيعابها بسرعة.
- ✓ استخدم التعداد النقطي لعرض المعلومات بطريقة سريعة.
- ✓ قم بإنشاء مقارنات بين العناوين والنصوص الرئيسية والصور الكبيرة والتفاصيل الصغيرة.
- ✓ استخدم التصاميم والصور والكلمات للتواصل على أننا رياضيين محوريين.
- ✓ قم بوضع تعليق تحت الصور الفوتوغرافية بأسماء الرياضيين و قم بإنشاء سياق.
- ✓ تعتبر المحاذاة لليمين أو اليسار أقوى وأكثر إثارة للاهتمام

- ✗ تجنب استخدام المصطلحات العامة والمختصرات.
- ✗ تجنب المنشورات غير المرغوب فيها وتأكد من ترك المزيد من المسافات البيضاء بحيث تصبح المعلومات أكثر وضوحًا.
- ✗ تجنب استخدام كافة الحروف الكبيرة باستثناء العناوين القصيرة أو العناوين الرئيسية. (تذكر أن استخدام الأحرف الاستهلاكية الكبيرة يعتبره البعض نوعًا من الصياح في وسائل الإعلام المكتوبة).
- ✗ تجنب المحاذاة إلى الوسط إلا إذا كنت ترغب في نقل نمط أكثر تقليدية أو كلاسيكية.

رسائل العلامة التجارية الفعالة بعض الكلمات القليلة قبل الهوية المرئية...



عند إعداد موجز أو إنشاء عنصر من الرسائل، من فضلك ابدأ بالنظر فيما يلي:

- الهدف المحدد الذي ترغب في تحقيقه
- الجمهور الذي ترغب في التواصل معه
- السياق الذي سيتم إجراء هذا التواصل من خلاله
- المشاعر والأفكار التي ترغب في إثارتها
- حدود قنوات الاتصال المقترحة وإمكانياتها
- كيفية الاستفادة من القصص الشخصية والفردية للأولمبياد الخاصة.

انتهى؟

أنت الآن على استعداد لإلقاء نظرة
على الهوية المرئية...



Our brand identity
creates a consistent
and recognizable
form...

... to contain content
with local flavor!

تعتبر هوية العلامة التجارية مثل كوب زجاجي يحتوي على قصص وحقائق حول ما
نقوم به كما يقدمها بطريقة معترف بها لدى الأولمبياد الخاصة. يتم توفير النكهة الحقيقية
للرسائل ومدى تأثيرها من قبل قصصنا المحلية قصص عن الرياضيين في الألعاب الفردية
والمجتمعات النشطة والشراكات الفعالة- القصص التي يتردد صداها وتصل بسرعة.



الهوية المرئية

يقدم لك هذا القسم من المبادئ التوجيهية اللبنات الأساسية لهويتنا المرئية مثل علامتنا التجارية والألوان والطباعة. باستخدام هذه المجموعة من الأجزاء، يمكننا إنشاء نمط بيت متسق موحد مع وجود المرونة اللازمة لإنشاء رسائل متنوعة.



تضم الهوية المرئية مجموعة من اللبنة الأساسية التي تم تركيبها لإنشاء الاتصالات خلال نمط بيت الأولمبياد الخاصة.

العلامة الرمز

الرمز هو عنصر عالمي للهوية المرئية ويستخدم على جميع الرسائل.

الشعار

ينبغي أن يستخدم الشعار بطريقة آمنة مع الرمز وهو متاح في مجموعة متنوعة من اللغات المطلوبة.

اسم البرنامج المعتمد

ينبغي أن يستخدم اسم البرنامج المعتمد بطريقة آمنة مع الرمز والشعار لرسائل البرنامج والعلامة التجارية. وقد تم إعداده في صيغة خط *Ubuntu Italic*.

لوحة الألوان الأساسية

وتستخدم هذه الألوان الأساسية لجميع عناصر الهوية الأساسية مثل القرطاسية وغيرها من الرسائل الرسمية.

الطباعة

نبغي أن يستخدم *Ubuntu* في كافة الوثائق الرسمية والنصوص الإعلامية.

المنحنى الديناميكي

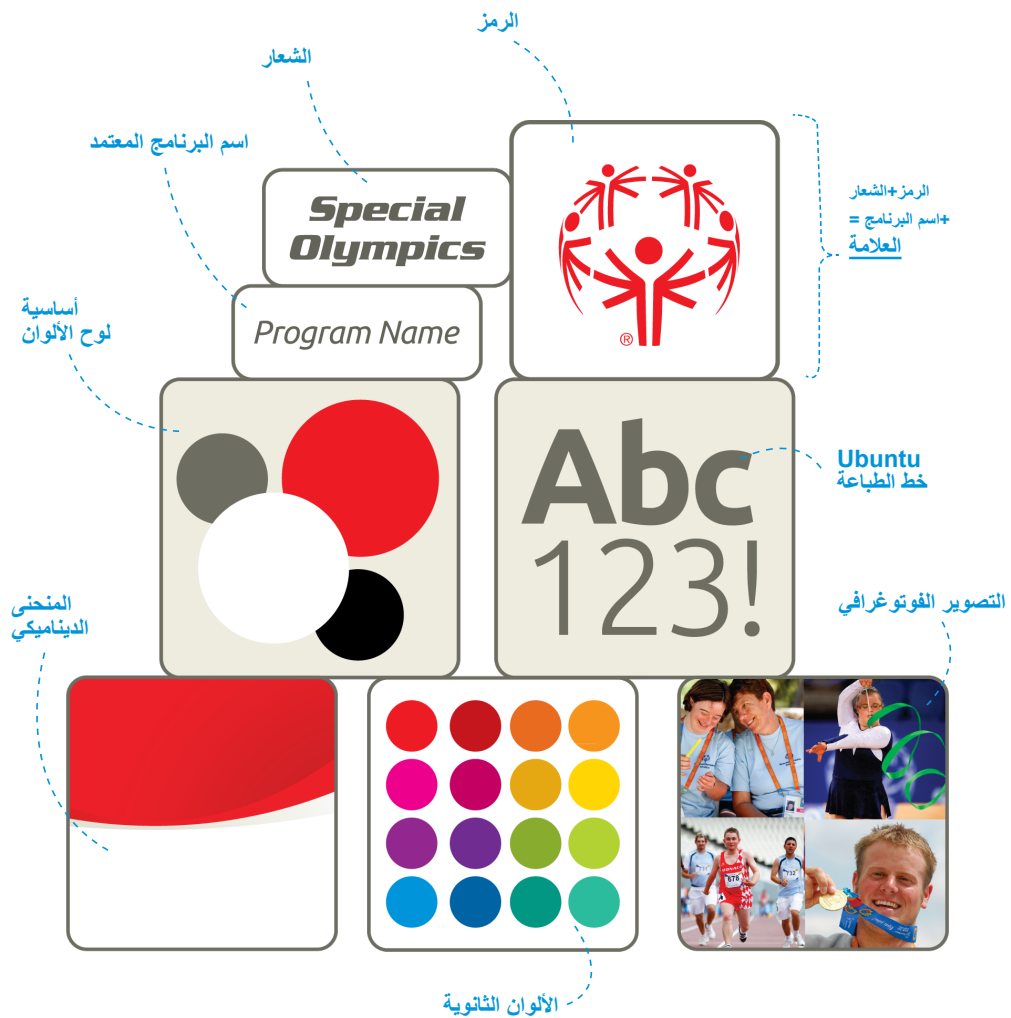
يستخدم هذا العنصر لاحتواء العلامة التجارية وتوفير عنصر رسم ديناميكي للمخطط.

لوحة الألوان الثانوية

تستخدم هذه الألوان لجلب التنوع المناسب والاختلاف داخل مجموعة من عناصر الرسائل.

التصوير الفوتوغرافي

تعتبر الصور هي الطريقة الأكثر فعالية لتوضيح ما نقوم به كما تعبر عن المتعة وطاقة الحركة.



العلامة التجارية التنظيمية

الأولمبياد الخاصة في أصل مجتمعات الناس الذين يقومون بتنظيم أنفسهم حول رسالة مشتركة. يتم التعرف على هذه المنظمات من قبل علامة الأولمبياد الخاصة. العلامة المستخدمة من قبل "البرامج المعتمدة" للتعرف على الرسائل الواردة من المنظمة الخاصة بهم والتصديق على الأنشطة والشراكات التي توجد على أراضيها.



تم تفعيل دور الأولمبياد الخاصة في العديد من المجالات المختلفة، وكل منها يحتاج إلى الاعتراف به بشكل مناسب. من المهم أيضًا أن يتم تمثيل العلاقة بين هذه الجوانب للأولمبياد الخاصة بوضوح.

استراتيجية العلامة التجارية

يرجى ملاحظة أن علامتنا التجارية الأساسية هي الأولمبياد الخاصة، وأن كل ما نقوم به يجب أن يبنى المعرفة والجمعيات الإيجابية في هذا الاسم والرمز. تعمل الأحداث والألعاب والأنشطة على توفير نقاط المداخل التي تربط بوضوح مرة أخرى بمنظمتنا.

هذه المبادئ التوجيهية في طور الإنشاء للصحة والتعليم والعلامة التجارية للمجتمع والعلامة التجارية للأحداث/الألعاب.

مثل علامات النادي/الفريق



يوفر نادي أو فريق العلامة التجارية فرصة لبناء دور فعال لتمثيل المجتمع المحلي. تتوفر الإرشادات الخاصة بتلك البرامج التي ترغب بالاعتراف بهذه الفرق بهذه الطريقة.

**Special
Olympics**
Program Name



الأحداث/الألعاب



التسمية

يتم استخدام البادئة الأولمبياد الخاصة في تسمية الحدث.

الهوية

ينبغي أن تعكس هوية حدث ما الطابع المكاني والزمني لهذا الحدث (فصل/عام) التي تجري. تم التصديق على الهوية من قبل رمز الأولمبياد الخاصة حبيس العلامة الأساسية التي تم إنشاؤها لهذا الحدث.

على سبيل المثال

دورة ألعاب الأولمبياد الخاصة العالمية ٢٠٥١ ودورة ألعاب ليمريك للأولمبياد الخاصة بأيرلندا ٢٠١٩

برامج الصحة والتعليم والمجتمع



التسمية

يتم استخدام البادئة الأولمبياد الخاصة في تسمية الأنشطة.

الهوية

الرسائل التي تم إنشاؤها ضمن نمط بيت الأولمبياد الخاصة. يتم استخدام علامة البرنامج المعتمد للتصديق على النشاط المحلي المحدد عند اللزوم.

على سبيل المثال

الأولمبياد الخاصة للرياضيين الأصحاء الرياضات الموحدة في الأولمبياد الخاصة.

تم التصديق عليه



التسمية

لا تظهر الأولمبياد الخاصة بالضرورة في الاسم الرئيسي للحدث ولكنها تستخدم للتصديق على النشاط. "على سبيل المثال نزهة سبرينجفيلد لدعم الأولمبياد الخاصة في فيرمونت"

الهوية

الرسائل التي تم إنشاؤها ضمن نمط بيت المنظم. يتم استخدام علامة البرنامج المعتمد للتصديق على النشاط المحدد.

على سبيل المثال

تشغيل شعلة إنفاذ القانون للأولمبياد الخاصة



يتم استخدام علامة البرنامج المعتمد للأولمبياد الخاصة لوضع العلامة التجارية على الرسائل والعناصر التي تم إنشاؤها بواسطة برامج الأولمبياد الخاصة المعتمدة.

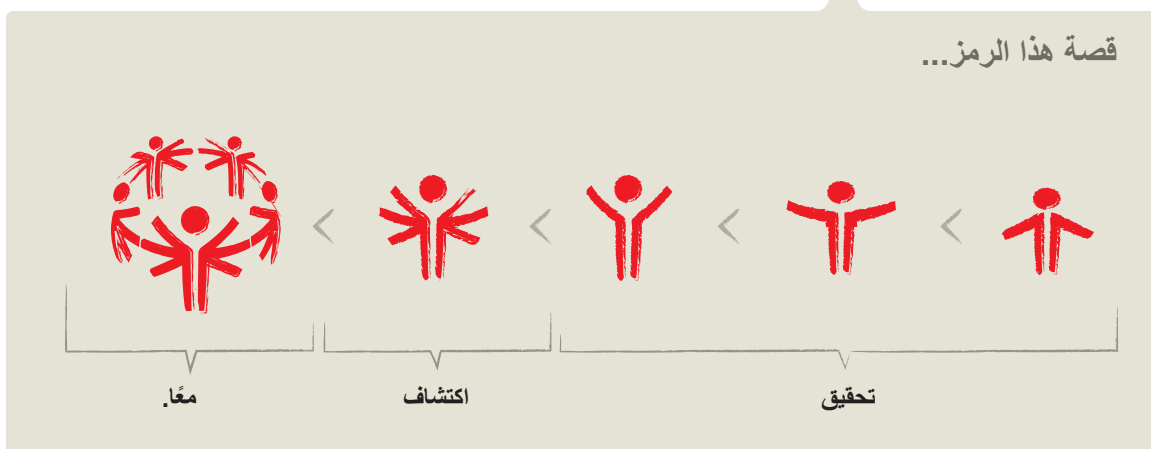
يتم إنشاء العلامة عن طريق دمج رمز الأولمبياد الخاصة وشعارها واسم البرنامج المعتمد الذي تم تعيينه في نوع الخط **Ubuntu Italic**.

ينبغي أن تستخدم العلامة في نسختها الكاملة المؤمنة (الرمز والشعار واسم البرنامج) لكل نقاط للمس الأولية.



يعرب رمزنا عن الفكرة التوجيهية لعلامتنا التجارية. فهو يتضمن تعبيراً عن الإنجاز والتغيير والوحي والمجتمع. يتجاوز رمزنا حدود اللغة وهو تعبير عالمي لحركتنا.

قصة هذا الرمز...





الحج الأدنى: ٣/٨ بوصة أو ٨ مم

اللون

في تطبيق اللون، يتم طباعة الرمز باللون الأحمر للأولمبياد الخاصة (Pantone® 186) بينما يتم طباعة الشعار واسم البرنامج المعتمد باللون الرمادي للأولمبياد الخاصة (Pantone® 418).

المساحة الفارغة

ينبغي أن تترك مساحة فارغة حول العلامة. يجب استخدام عناصر الرسوم أو المعلومات الأخرى في هذا المجال.

الحجم الأصغر

الحجم الأدنى هو ١/٤ بوصة أو ٨ مم في الطول. يرجى ملاحظة أن هذه توصية للطباعة القياسية فقط. سوف يعتمد الحجم الأدنى على طريقة الاستنساخ التي استخدمت والركيزة التي يتم الطباعة على أساسها أو المواد التي يجري تزوير العلامة من خلالها.



الرجاء استخدام مزيج الألوان العملية التي تم إنشاؤها للعمل الفني. يجب أن تتطابق الألوان بصرياً مع نموذج حديث من Pantone®.

استخدام الطباعة

وهناك عدد من حدود العلامة التي تعمل على توفير المرونة لحالات المخطط المختلفة. تم تحسين مستوى الحدود القياسي الأمثل لوضع العلامة في أعلى اليمين أو أسفل اليمين لمواد الطباعة العادية.

حاجز ذو خطين (قياسي)

الحاجز المستخدم مع الشعار عبر هذين الخطين هو الخيار الأفضل للاستخدام العام حيث يسمح لك بتقييد المساحة الفارغة.

خط واحد

يعتبر الحاجز ذو الخط الواحد مثاليًا حيث يسمح بإضافة مساحة أفقية أكثر للعلامة.

وسطي

يعتبر الحاجز المتمركز في وسط العلامة هو الأفضل للتطبيق الرأسي أو مخططات مركز المحور.

ويب/عبر الإنترنت

تتص اتفاقية مواقع الويب ورسائل البريد الإلكتروني وeZines على أن يظهر الرمز في أعلى الزاوية اليمنى. يتوفر لهذه التطبيقات حاجز وجواره الرمز إلى اليمين.

يمكن أن يستخدم هذا الحاجز أيضًا في الحالات التي يجب أن توضع العلامة على الجانب الأيمن من العنصر - على سبيل المثال الطرود البريدية.

تشير الحواجز القياسية إلى استخدامها بواسطة البرامج النصية التي تقرأ من اليمين إلى اليسار.

الحاجز ذو الخطين (المغاير القياسي)

**Special
Olympics**
Program Name



الحاجز الوسطي

**Special
Olympics**
Program Name



الحاجز ذو الخط الواحد

Special Olympics
Program Name



الاستخدام عبر الإنترنت

حاجز عبر الويب/الإنترنت



Special Olympics
Program Name

ملاحظة

تتوفر كافة هذه الخيارات في مجموعة متنوعة من إصدارات الأعمال الفنية وتنسيقات الملفات. تم تطوير نسخة معتمدة من الحاجز أيضًا للبرامج ذات الأسماء الطويلة.

الاستخدام العام للطباعة

الحاجز ذو الخطين (المغاير القياسي)

الحاجز الوسطي



**Special
Olympics**
St. Vincent &
The Grenadines

**Special
Olympics**
St. Vincent &
The Grenadines



الحاجز ذو الخط الواحد

Special Olympics
St. Vincent & The Grenadines



استخدام عبر الإنترنت

حاجز عبر الويب/الإنترنت



Special Olympics
St. Vincent & The Grenadines

تم إنشاء نسخة خاصة من العلامة للبرامج المعتمدة التي يزيد اسمها عن ١٦ حرف. في هذه الحالات، يكون قد تم تغيير إصدارات الحاجز الثلاثي والوسطي للعلامة لاستيعاب هذا التغيير. وهذا مثال يوضح كيفية تغيير العلامة لعلامة *St. Vincent & Grenadines*.

يتم استخدام الحاجز ذو الخطين والحاجز عبر الويب/الإنترنت وفقاً لنسب علامة البرنامج المعتمد القياسي.

تشمل البرامج المعتمدة ذات الأسماء التي تتضمن ما يزيد على ١٦ حرفاً:

بروناي دار السلام

البوسنة والهرسك

جمهورية الدومينيكان

دولة الإمارات العربية المتحدة

جزر فرجن البريطانية

شمال ولاية كاليفورنيا

جنوب ولاية كاليفورنيا

مقاطعة كولومبيا

سانت فنسنت وغرينادين

الجزر العذراء الأمريكية

الإصدارات المترجمة والإصدارات ثنائية اللغة

تم تعيين أمثلة من تراجم الشعار بالخط "Serpentine Bold Oblique"



عند إنشاء تراجم لشعار الأولمبياد الخاصة، يجب استخدام الخط "Serpentine Bold Oblique". ينبغي أن يكون الحجم النسبي وتحديد موقع النوع متسقاً مع النسخة الإنجليزية للعلامة.

عند إنشاء الأعمال الفنية الرئيسية، ينبغي أن يتم تخطيط كافة الخطوط ضمن العلامة المترجمة قبل التوزيع.

العلامة ثنائية اللغة

في الأقاليم التي يتطلب توفير فيها العلامة بها في لغتين، ينبغي أن تكون اللغتين بالخط "Serpentine Bold Italic" اتباعاً لإصدار الحاجز ذو الخطين.

**Olimpíadas
Especiais**
Brazil



**Olimpiady
Specjalne**
Polska



**Olimpíadas
Especiales**
Bolivia



**Olympiques
Spéciaux**
France



الحاجز الوسطي ثنائي اللغة

الحاجز ذو الخطين ثنائي اللغة

**Special
Olympics
Olympiques
spéciaux**
Canada

**Special Olympics
Olympiques spéciaux**
Canada





تنسيقات الملف

يتم توفير الأعمال الفنية
PNG لاستخدامات Office في تطبيقات
البرامج مثل Microsoft Word
وMicrosoft Powerpoint.

EPS تم إنشاء الأعمال الفنية للاستخدام
بواسطة "مصممين محترفين" ويمكن
تحميلها إلى أي حجم دون فقدان الجودة.

لونان (مع الطباعة باللون الأسود)

**Special
Olympics**
Program Name



لونان (مع الطباعة بالرمادي)

**Special
Olympics**
Program Name



أعمال فنية محددة متاحة لكل من الحواجز بلونين ولون واحد
ولون أبيض.

لونان: هذه الإصدارات من العلامة مخصصة للاستخدام مقابل
الخلفيات البيضاء. يستخدم الإصدار المفضل شعار الأولمبياد
الخاصة الرمادي - مع وضع مزيد من التركيز على الرمز.

لون واحد: يستخدم هذا الإصدار من العلامة بلون واحد. ومن
الناحية المثالية عند استخدام لون واحد، ينبغي أن يتم طباعة
العلامة بلون الأولمبياد الخاصة الأحمر أو الأسود على خلفية
مضيئة منخفضة التباين. تأكد من وجود تباين كافٍ بين لون
العلامة ولون الخلفية.

لون واحد (أحمر)

**Special
Olympics**
Program Name



لون واحد (أسود)

**Special
Olympics**
Program Name



أبيض: هذا الإصدار من العلامة للاستخدام مقابل الألوان الداكنة
الثابتة وخلفيات التصوير المناسبة.

لون واحد (رمادي)

**Special
Olympics**
Program Name



**Special
Olympics**
Program Name





سيريلي – "الأولمبياد الخاصة روسيا"



Специальная
Олимпиада
России



عند إنشاء العلامة للغات غير اللاتينية بنفس التسلسل الهرمي والتكوين كما ينبغي أن تستخدم الخطوط الرومانية. يظل الرمز متسقاً، بغض النظر عن الشعار المترجم واسم البرنامج المعتمد.

النسخة السيريلية

اللغات التي تستخدم البرامج النصية السيريلية، يمكن استخدام Ubuntu بالخط Bold Italic للشعار والخط المائل العادي للبرامج المعتمدة.

الصينية المبسطة

يقرأ الشعار من اليسار إلى اليمين وهي مجموعة في برنامج نصي شديد مثل برنامج 儼黑.

اللغة العربية واللغة العبرية

في حالة إصدار العلامة القياسي لتطبيقات الطباعة عند استخدام اللغة العربية والعبرية، يكون الشعار على الجانب الأيمن من العلامة. وهذا يسهل وضع العلامة على أعلى اليسار أو أسفل اليسار لتطبيقات الطباعة.

يعتبر الحاجز الوسطي لإصدار العلامة قياسياً عبر جميع اللغات.

الصينية المبسطة – "الأولمبياد الخاصة الصين"



特殊奥运会
中国



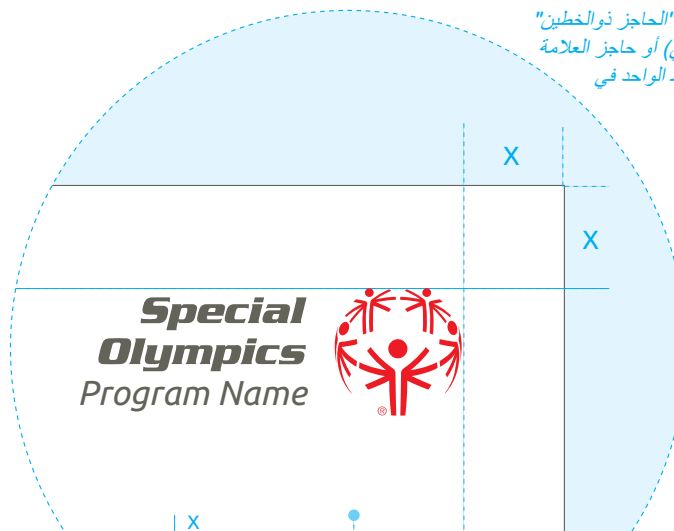
العربية – "الأولمبياد الخاصة"



الأولمبياد
الخاص

تعيين موضع الطباعة القياسية

موضع "الحاجز ذو الخطين"
(القياسي) أو حاجز العلامة
ذو الخط الواحد في
الطباعة



الموضع القياسي

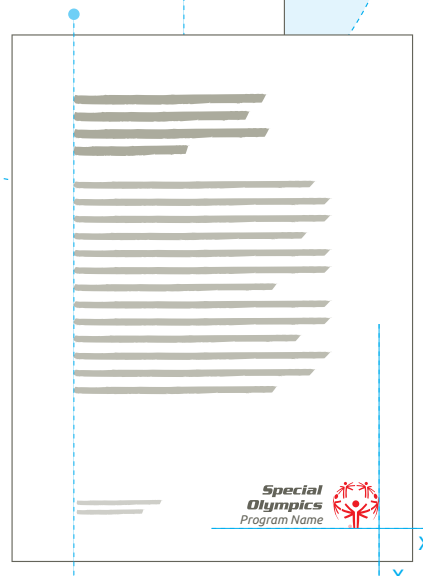
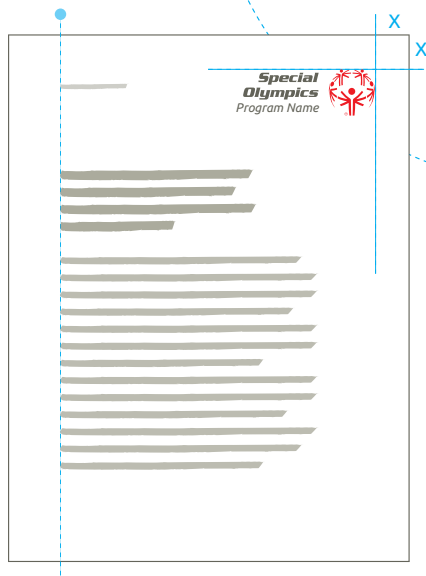
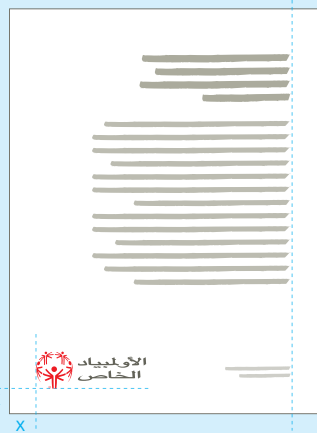
ينبغي أن يكون وضع الحاجز ذو الخطين أو الخط الواحد في أعلى يسار الصفحة أو أسفل اليسار. ينبغي أن تكون العلامة على مسافة متساوية من أقرب حافتين. سوف تعتمد المسافة الفعلية على حجم وطبيعة العنصر الذي يتم تصميمه.

يمنح هذا الوضع علامة الأولمبياد الخاصة موقعًا بارزًا على معظم عناصر الطباعة. كما أنه يحافظ على العلامة بعيدًا عن الوثيقة الملزمة التي تميل إلى الحافة اليسرى من الوثيقة.

برامج نصية تقرأ من اليمين إلى اليسار

الرجاء ملاحظة أنه بالنسبة للبرامج النصية التي تقرأ من اليمين إلى اليسار، يجب أن توضع العلامة في أعلى اليسار أو أسفل اليسار. وهذا يأخذ أيضًا في الاعتبار أن أغلفة الكتب والوثائق في هذه اللغات تكون في العموم على الجانب الأيمن. تحتوي البرامج النصية التي تقرأ من اليمين إلى اليسار على اللغة العربية والعبرية.

المستندات التي تم إنشاؤها في البرامج النصية التي تقرأ من اليمين إلى اليسار، تكون العلامة فيها في الجزء العلوي أو السفلي من الجانب الأيسر للصفحة.



العلامة الملونة

يجب استخدام العلامة الملونة فقط على خلفية بيضاء.

علامات ذات لون واحد

بالنسبة للخلفيات التي بها تدرج لوني بين الأبيض و ٣٠٪ أسود، ينبغي أن تستخدم العلامة ذات اللون الواحد بلون داكن.

بالنسبة للخلفيات التي بها تدرج لوني يزيد عن ٣٠٪، ينبغي أن يستخدم الإصدار الأبيض.

التباين المنخفض

عند وضع علامة على خلفية فوتوغرافية، ضع اللون الواحد أو العلامة البيضاء حسب الحاجة على قسم منخفض التباين من الصورة الفوتوغرافية.

وضع علامة ملونة على خلفية بيضاء



وضع علامة ملونة واحدة على خلفية منخفضة التباين



عند وضع علامة ذات لون واحد على خلفية، يرجى التأكد من وجود تباين مناسب بين لون العلامة ولون الخلفية.

**Special
Olympics**
Program Name



**Special
Olympics**
Program Name



العلامة التجارية

شعار الوسائط الاجتماعية

الشعار الشامل

قد يستخدم الرمز بنفس هيئته عند تصميم شعارات لـ Facebook أو Twitter أو لمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى. عندما يتم استخدام العلامة بنفس هيئتها، فقد تستخدم باللون الأبيض على خلفية حمراء أو العكس.

شامل



الشعار المترجم

قد تتم ترجمة الشعار أيضًا باستخدام المنحنى الديناميكي لتضمين اسم البرنامج أو اختصار (GB ; IRL ; VT وغيرها) بحسب الحاجة. كما يمكن استخدام نسخة ملونة من المنحنى لتميز البرنامج بصورة أكثر وضوحًا من ضمن مسار twitter.

يتوفر ملف **Adobe Photoshop** الأصلي لتصميم الشعارات المترجمة.

مترجم - استخدام اسم البرنامج المعتمد أو اختصاره



التسمية

يرجى ملاحظة أنه يلزم استخدام إما اسم البرنامج (مثل الأولمبياد الخاصة ببريطانيا العظمى) أو اختصاره (مثل الأولمبياد الخاصة GB) عند تسمية حساب twitter أو facebook الخاص بك.

علامة التصديق لتطبيق الجهة الأخرى



الحد الأدنى للمسافة

عند تصميم علامة التصديق، يرجى التأكد من ترك مساحة تسمح بمرونة في قراءة المعلومات ضمن الشارة في الرمز والطباعة. ينبغي أن لا تكون الحروف قريبة من حافة الشارة في الطباعة.

ألون كاملة/رأسي



ألون كاملة/أفقي



تم تصميم علامة التصديق للاستخدام من قبل الأطراف الأخرى الذين يرغبون في التعرف على مدى ارتباطهم ببرنامج الأولمبياد الخاصة المعتمد أو دعمهم له. تم تصميم العلامة في تنسيق مدعوم بشارة لتسهيل استخدام التطبيق المبسط والنشط باستخدام الحد الأدنى من الإرشادات.

تتوفر الشارات بإصدارات كاملة الألوان وأخرى بلون واحد ولا توجد قيود على اللون أو تباين الخلفيات التي توضع عليها هذه الشارات.

تتوفر الشارة في خيارات رأسية وأفقية.

ألون واحد/رأسي



ألون واحد/أفقي



يمكن تغيير خط الاعتماد ليلانم طبيعة العلاقة بين الطرف الآخر الراعي أو الشريك وبرنامجك.

خط الاعتماد

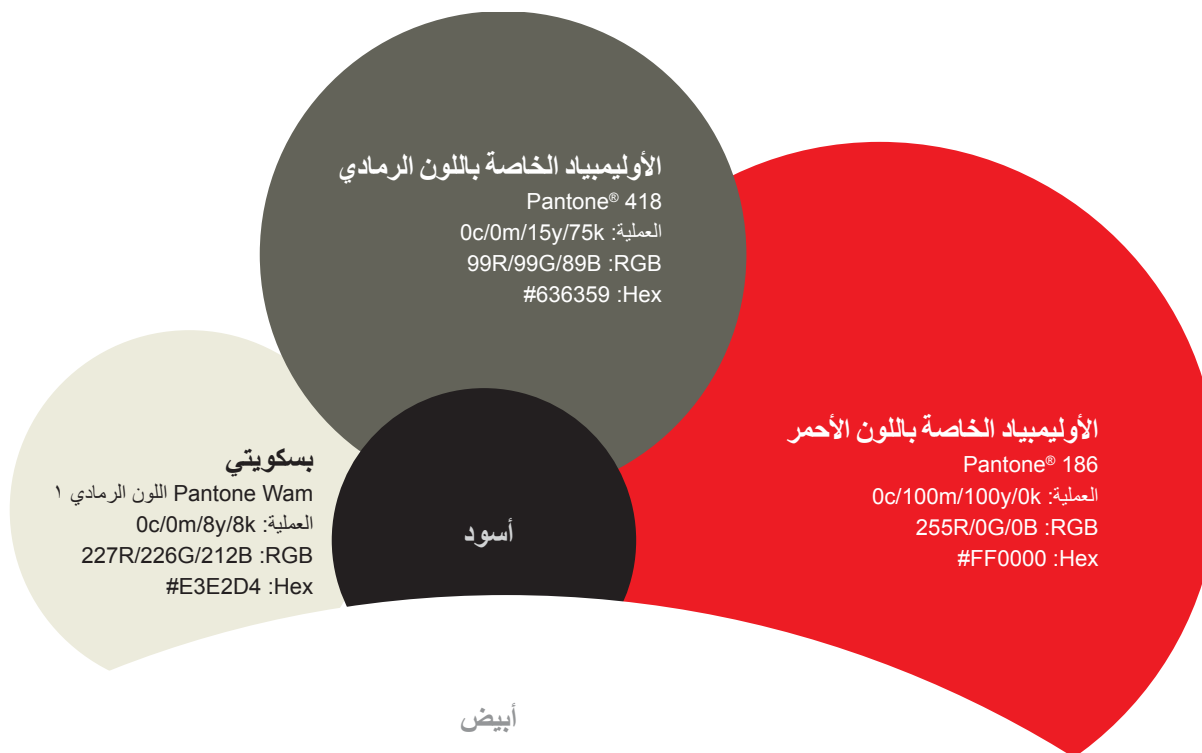
عبارات يمكن تضمينها:

- دعماً لـ
- فائدة
- بالشراكة مع
- راعٍ مميز لـ
- يقدمه

خط الاعتماد



تتكون لوحة ألوان الأولمبياد الخاصة الرئيسية من لوني الأولمبياد الخاصة الأحمر والرمادي. وهذا هو الجمع بين الألوان الذي نتمنى أن يحدث. وهذين اللونين مدعومين باللون الأسود ولون البسكويت واللون الأبيض لتطبيقات الهوية المرئية الأساسية للعلامة التجارية مثل القرطاسية واللوحات.



يرجى ملاحظة أنه يجب اعتبار اللون الأبيض لونا مهماً ضمن اللوح. يساهم استخدام المساحة البيضاء داخل مخططات التصميم واستخدام العلامة على الخلفيات البيضاء في الشعور بهوية مشرقة ومتفحة ومعاصرة.

تم تحديد نطاق من الألوان الثانوية لدعم لوحة الألوان الأساسية. يمكن استخدام هذه الألوان لإضافة سمة للتصاميم وللتفريق بين عناصر التواصل.



يمكن استخدام الألوان الثانوية لتغطية مساحات كبيرة أو لإضافة عمليات تمييز داخل التصميم. كما يمكن الجمع بين الألوان لتصميم التدرجات. للحفاظ على نظرة وتجربة نقية وجلية، يجب تصميم تدرجات من الألوان داخل نفس عائلة اللون. يرجى الرجوع إلى مواصفات اللون في التنزيل لمراجع CMYK و RGB و Hexidecimal و Pantone.

"الأوليمبياد الخاصة باللون الأحمر"



تجنب استخدام الألوان الثانوية بصورة مفرطة على التصميم. ونقترح أن تقوم بتحديد الألوان على أي عنصر للوحة الألوان الأساسية بالإضافة إلى الألوان من نفس النطاق ضمن لوح الألوان الثانوية.

الرجاء استخدام مزيج الألوان العملية التي تم إنشاؤها للعمل الفني. يجب أن تتطابق الألوان مرئيًا مع نموذج حديث من Pantone®.

يمكن استخدام تدرجات اللون لإحداث نشاط أكبر داخل التصميم الخاص بك. يتم تصميم التدرجات باستخدام كثافات مختلفة لنفس اللون.



عند تصميم تدرجات في الألوان، تأكد من عمل التدرج بين الألوان المعالجة (CMYK). إذا تم المزج بين الألوان الموضوعية، فينبغي أن يتم تصميم أعمال فنية خاصة.

لإحداث تدرج دقيق في الألوان، تحرك من النقطة المضيئة إلى منتصف اللون. لإحداث تدرج دقيق أكثر وضوحاً في الألوان، تحرك من النقطة المضيئة إلى النقطة الداكنة من اللون.

أحمر فاتح	أحمر متوسط	أحمر فاتح	أحمر متوسط
أحمر فاتح	أحمر داكن	أحمر فاتح	أحمر داكن
أرجواني فاتح	أرجواني متوسط	أرجواني فاتح	أرجواني متوسط
أرجواني فاتح	أرجواني داكن	أرجواني فاتح	أرجواني داكن
بنفسجي فاتح	بنفسجي متوسط	بنفسجي فاتح	بنفسجي متوسط
بنفسجي فاتح	بنفسجي داكن	بنفسجي فاتح	بنفسجي داكن
أزرق فاتح	أزرق متوسط	أزرق فاتح	أزرق متوسط
أزرق فاتح	أزرق داكن	أزرق فاتح	أزرق داكن
أبيض	بسكويتي	رمادي فاتح	رمادي متوسط
		رمادي فاتح	رمادي داكن

الرجاء استخدام تصنيفات الألوان المنصوص عليها هنا.

Hex	الأحمر والأخضر والأزرق	السماعي والأرجواني والأصفر والأسود	Pantone®	الألوان الأساسية	Hex	الأحمر والأخضر والأزرق	السماعي والأرجواني والأصفر والأسود	Pantone®	الألوان الثانوية
#E3E2D4	227/226/212	8/12/0/0	رمادي رقيق 1C	بسكويتي	#ED1C24	237/28/36	0/100/100/0	186C	أحمر داكن
#000000	0/0/0	0/0/0/100	أسود	أسود	#636359	99/99/89	0/0/15/75	418C	رمادي داكن
#FFFFFF	000/000/000	0/0/0/0	-	أبيض					
#BFD730	191/215/48	30/0/100/0	382C	أخضر فاتح	#ED1C24	237/28/36	0/100/100/0	186C	أحمر فاتح
#88AC2E	136/172/46	40/0/100/20	376C	أخضر متوسط	#BB131A	187/19/26	0/100/100/25	1945C	أحمر متوسط
#598527	89/133/39	50/0/100/40	370C	أخضر داكن	#8B0304	139/3/4	0/100/100/50	202C	أحمر داكن
#FFDD00	255/221/0	0/10/100/0	109C	أصفر فاتح	#EC008C	236/0/140	0/100/0/0	الأرجواني المعالج	أرجواني فاتح
#E6B00F	230/176/15	0/25/100/10	110C	أصفر متوسط	#C40063	196/0/99	0/100/20/20	215C	أرجواني متوسط
#B97C0F	185/124/15	0/40/100/30	1255C	أصفر داكن	#9E0040	158/0/64	0/100/40/40	222C	أرجواني داكن
#F7941D	247/148/29	0/50/100/0	137C	برتقالي فاتح	#7F3F98	127/63/152	60/90/0/0	2587C	بنفسجي فاتح
#DE761C	222/18/28	0/60/100/10	1505C	برتقالي متوسط	#5C2F88	92/47/136	75/95/0/10	267C	بنفسجي متوسط
#8F4A02	143/74/2	0/60/100/50	159C	برتقالي داكن	#3B237B	59/35/123	90/100/0/20	2695C	بنفسجي داكن
#BCBEC0	188/190/192	0/0/0/30	413C	رمادي فاتح	#0095DA	0/149/218	100/20/0/0	السماعي المعالج	أزرق فاتح
#94958D	148/149/141	0/0/8/50	415C	رمادي متوسط	#0072B4	0/114/180	100/40/0/10	300C	أزرق متوسط
#636359	99/99/89	0/0/15/75	418C	رمادي داكن	#023F88	2/63/136	100/80/0/20	294C	أزرق داكن
					#39BB9D	57/187/157	70/0/50/0	3262C	فيروزي فاتح
					#009784	0/151/132	80/0/50/20	3282C	فيروزي متوسط
					#005C51	0/92/81	90/0/50/60	3302C	فيروزي داكن

يعتبر **Ubuntu** هو الخط المفضل للأوليمبياد الخاصة. ينبغي أن يستخدم في الأغراض الإعلامية التي تنتجها الأوليمبياد الخاصة. ويتوفر الآن في مجموعة من اللغات: اللاتينية (الغربية) واليونانية والسريالية. الإصدارات العربية والعبرية من **Ubuntu** قيد التطوير في وقت كتابة هذه المباديء التوجيهية.

Ubuntu: Greek

ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞ
αβγδεζηθικλμνξοπρ

Ubuntu: Cyrillic

АБВГДЕЖЗИЙКЛ
абвгдежзийклмн

Ubuntu: Latin

Abcdefghijklmno

Light12345

Regular67890

Medium!@£\$%^&

Boldı€#ç§^¶¨



تم اختيار **Ubuntu** لوضوحه وسهولة الحصول عليه في شكل مطبوع وعلى الشاشة. ومتوفر في مجموعة من الأوزان والأنماط.



يتوفر **Ubuntu** للتنزيل كـ **Mac** مجاني أو للتحميل على الكمبيوتر الشخصي من خلال font.ubuntu.com



عند استخدام خطوط **Ubuntu** ضمن مستندات **Microsoft Office** (Word/Powerpoint)، يرجى ملاحظة أنه ينبغي أن يتم مشاركة هذه المستندات مع أعضاء الجهة الأخرى فقط بتنسيق **PDF**. وفيما عدا ذلك، ينبغي أن يستخدم **Arial** بدلا من **Ubuntu**. يتوفر **Arial** بشكل قياسي على كافة أجهزة الكمبيوتر و أجهزة كمبيوتر **Mac**.

قابلية قراءة النص الإعلامي



يساعد التصميم الجيد على تحسين قابلية القراءة والوصول لوثائقنا مثل الإرشادات والتقارير والنشرات الإخبارية. سوف تساعد الاقتراحات التالية على التأكد من أن وثائقنا سهلة القراءة والاستخدام.

ضع في اعتبارك القاريء عند تصميم رسالة إعلامية. اجعل تصميمك بسيط وسهل القراءة واجعل المحتوى - سواء الصور الفوتوغرافية والقصص - تثير اهتمام الجمهور.

المخطط

قم بتقسيم النص إلى عدة فقرات قصيرة ونقاط تعداد نقطي، لكي يسهل تصفحها (ولا تجعلها "صفحة كاملة" فيمل القارئين).

حافظ على أن يكون هذا المخطط بسيط ومرتب، وبه مزيداً من الهوامش والمساحات الخالية (المناطق الفارغة التي تعطي فرصة لراحة العين).

ضبط النص إلى اليمين لتسهيل قراءته. أحياناً يتجاهل القراء العناوين المتمركزة في المنتصف.

حجم الخط ونوعه

اجعل حجم النص كبير بقدرٍ كافٍ لتسهيل عملية القراءة واستخدم خط Ubuntu في كافة النصوص الإعلامية.

استخدم الخط الغامق لتمييز بعض الكلمات والعبارات الهامة.

توفر الصفحة التالية بعض الأحجام المقترحة للاستخدام.

يرجى ملاحظة أن الحجم المثالي للطباعة يتأثر بعرض العمود في الطباعة.

لون الخط والتباين

المحافظة على تباين عالي بين النص والخلفية. يعتبر النص الأسود على الخلفية البيضاء أو الفاتحة هو أكثر النصوص قابلية للقراءة.

كن حذراً في استخدام النصوص الملونة. لا تضع نصاً بألوان فاتحة مثل البرتقالي أو الأصفر على خلفية فاتحة أيضاً.

تجنب طباعة النصوص على خلفيات ملونة إلا إذا كانت الخلفية بلون فاتح جداً (مثل الأصفر الشاحب). تظليل الخلفية يقلل من التباين ويجعل النص صعب القراءة.

لتسهيل القراءة، لا تضع النص الإعلامي في أعلى الصور أو على الخلفيات المنقوشة.

أحجام النص الموصى بها



حجم الطباعة: ٤ نقطة/مسافة الخط: ٢١ نقطة/مقترحة لفقرات المقدمة

تقدم الأولمبياد الخاصة التدريبات والمنافسات الرياضية على مدار العام في مختلف الرياضات الأولمبية للأطفال والشباب البالغين من ذوي الإعاقات الذهنية، مانحين إياهم فرصاً متواصلة لتطوير اللياقة البدنية وإظهار الشجاعة وتجربة البهجة والمشاركة في تبادل الهدايا والمهارات والصدقة مع عائلاتهم ومع غيرهم من أبطال الأولمبياد الخاصة والمجتمع.

وفيما يلي بعض الأحجام القياسية للنص المراد استخدامه للوثائق الإعلامية مثل المراسلات والتقارير والكتيبات. يرجى ملاحظة أن تنسيق المستند الذي يتم إنشاؤه سيبلغ الحجم المثالي لاستخدامه.

حجم الطباعة: ٩ نقاط/مسافة الخط: ١٤ نقطة

طباعة النص لتنسيقات أصغر، أعمدة ضيقة

تقدم الأولمبياد الخاصة التدريبات والمنافسات الرياضية على مدار العام في مختلف الرياضات الأولمبية للأطفال والشباب البالغين من ذوي الإعاقات الذهنية، مانحين إياهم فرصاً متواصلة لتطوير اللياقة البدنية وإظهار الشجاعة وتجربة البهجة والمشاركة في تبادل الهدايا والمهارات والصدقة مع عائلاتهم ومع غيرهم من أبطال الأولمبياد الخاصة والمجتمع.

حجم الطباعة: ١٠.٥ نقطة/مسافة الخط: ١٦ نقطة

طباعة النص بتنسيقات A4/US وأعمدة أوسع

تقدم الأولمبياد الخاصة التدريبات والمنافسات الرياضية على مدار العام في مختلف الرياضات الأولمبية للأطفال والشباب البالغين من ذوي الإعاقات الذهنية، مانحين إياهم فرصاً متواصلة لتطوير اللياقة البدنية وإظهار الشجاعة وتجربة البهجة والمشاركة في تبادل الهدايا والمهارات والصدقة مع عائلاتهم ومع غيرهم من أبطال الأولمبياد الخاصة والمجتمع.

وهذا هو الحجم القياسي
المستخدم للنص في رسالتنا
وغيرها من هذه المراسلات.

المنحنى الديناميكي هو أسلوب رسومات يمكن استخدامه لإضفاء النمط العائلي المعروف على رسائلنا. كما يعمل أسلوب المنحنى على حماية العلامة من سائر العناصر الرسومية على الصفحة مع إعطاء المعرف الأساسي موقع أكبر في الصدارة والتقدير.



يستند المنحنى إلى دائرة مغلقة. وهذا يتيح للمنحنى الديناميكي أن يعكس شكل رمز الأولمبياد الخاصة وأن يكون سبب إبحائي عالمي.



تم تصميم مجموعة من الأعمال الفنية للمنحنى الديناميكي التي تم إعدادها سلفاً للاستخدام عبر مجموعة من التنسيقات القياسية.

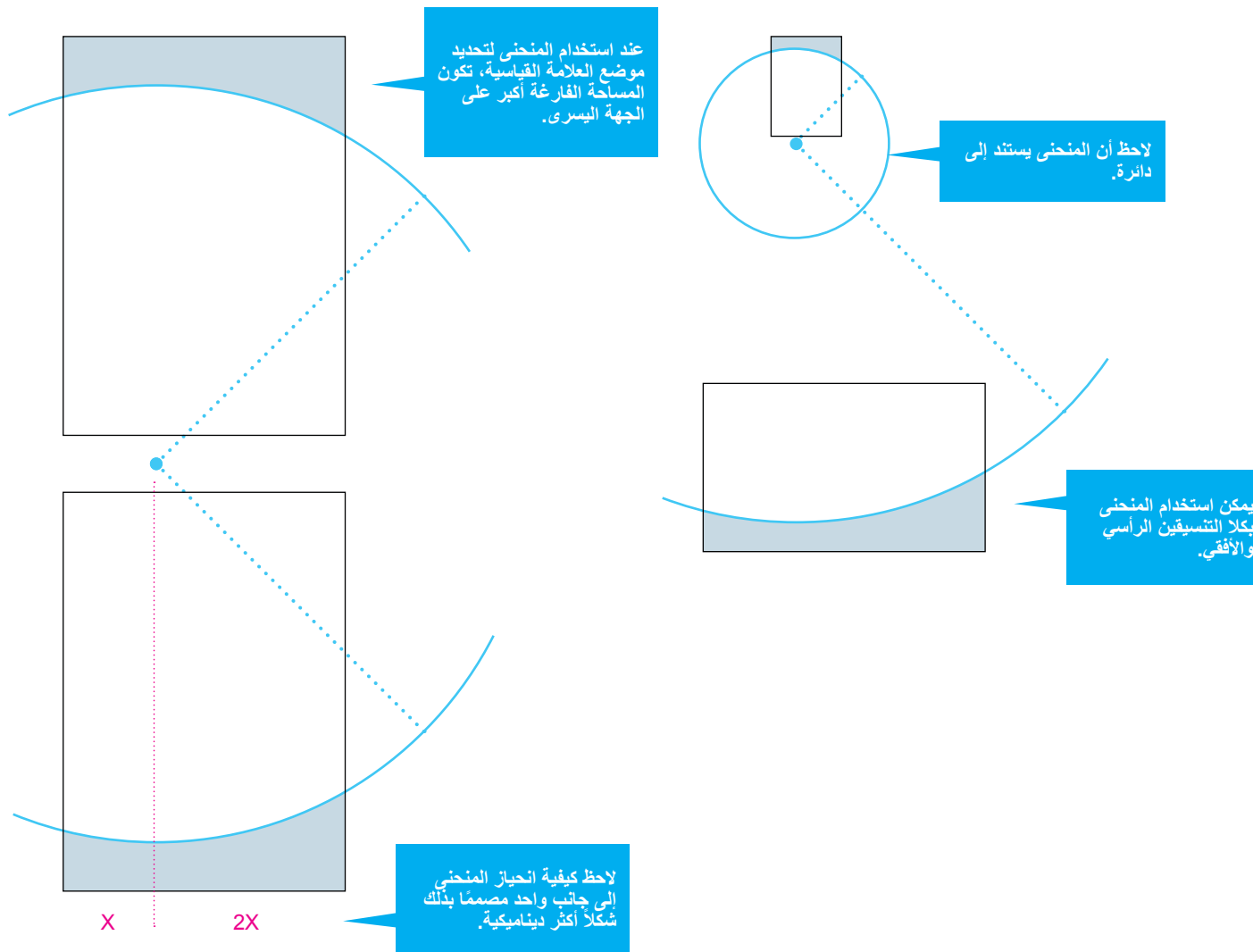


ينبغي أن يتم إعادة تصميم المنحنى فقط باستخدام دائرة مغلقة. ينبغي أن يتم استخدام أسلوب المنحنى - في الأساس على مقدمة الأغلفة أو الملصقات أو النشرات الإعلانية. لا يلزم استخدامها داخل صفحات الكتيب على سبيل المثال.





يتم تصميم المنحنى الديناميكي عن طريق تقسيم المساحة الفارغة باستخدام دائرة. لاحظ كيف أن الدائرة لا تتمركز فوق العنصر. وهذا يعمل على تصميم تقسيم أكثر ديناميكية للمساحة الفارغة. كما يعمل أيضًا على تصميم مساحة أكبر على الجانب الأيسر ليتم وضع العلامة بها.



المنحني الديناميكي

منحنيات بسيطة أو متداخلة



المنحني البسيط

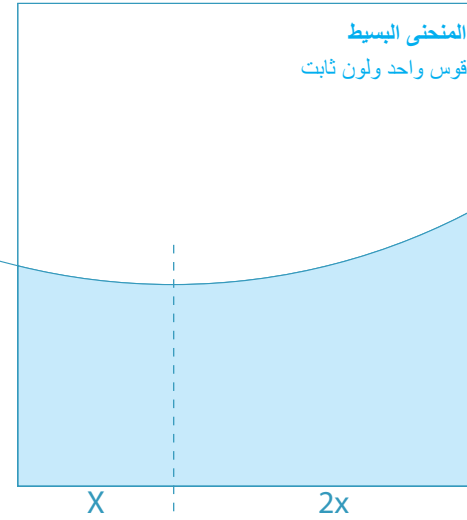
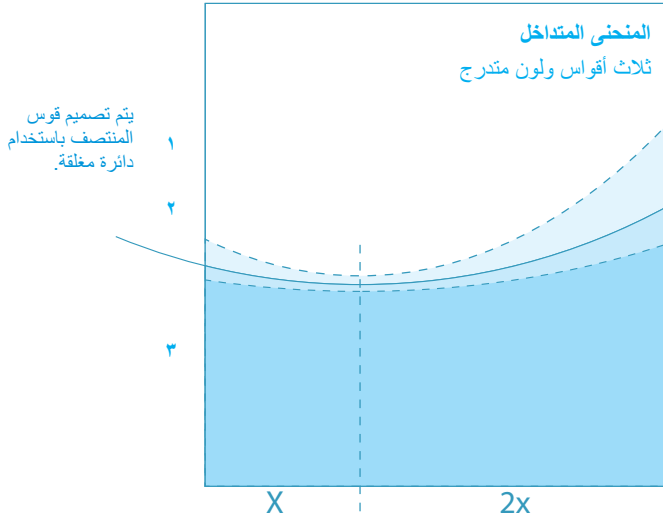
يمكن تصميم الجزء الأهم من المنحني باستخدام منحني واحد لدائرة مغلقة وباستخدام لون ثابت.

المنحني المتداخل

يمكن أيضاً إنشاء إصدارات متداخلة وأكثر تعقيداً للمنحني الديناميكي باستخدام العديد من المنحنيات كما هو موضح أقصى اليسار.

عند تصميم منحني متداخل، قم بتصميم المنحني الوسطي باستخدام دائرة مغلقة. تم تصميم منطقتي التدرج اللوني بالأعلى والأسفل بواسطة تحجيم المنحني رأسياً لتصميم منحني أعمق بالأعلى ومنحني ضحل بالأسفل.

كما هو موضح، حافة المنحني [١] مفعمة بالتدرج الفاتح (أو نسخة إضافية). المنحني الثاني [٢] بلون صلب من خلال مجموعة الألوان الفاتحة في لوح الألوان. المنحني الثالث بنفس اللون متدرجاً إلى إصدار داكن.



هناك ثلاث مناطق تدرج لوني ضمن المنحني المتداخل:

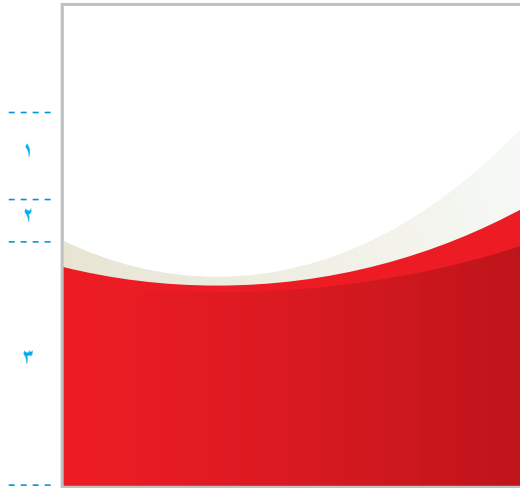
المنطقة ١ وتستخدم تدرج اللون فاتح (مثل البسكويتي) إلى الأبيض.

المنطقة ٢ وتستخدم لون فاتح من لوح الألوان.

المنطقة ٣ وتستخدم نفس اللون

ضمن تدرج إلى إصدار داكن بدرجة أكبر. وهذا يعمل على تصميم فرقاً

واضحاً بين المنطقة ٢ و ٣.



المنحني الديناميكي

تحديد موضع العلامة

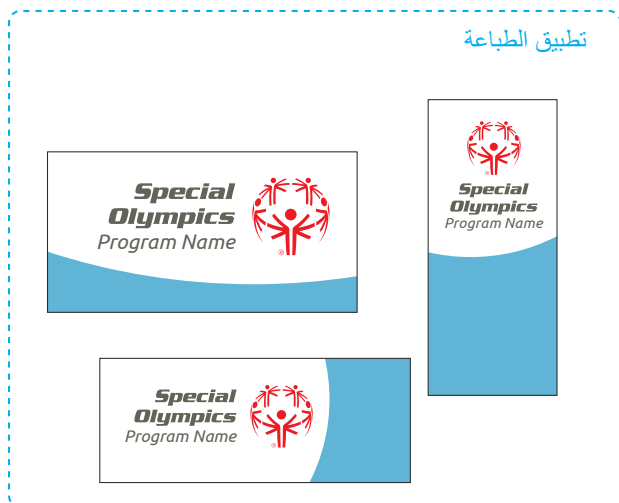


المنحني الديناميكي هو عبارة عن أسلوب لاحتواء العلامة وحمايتها.

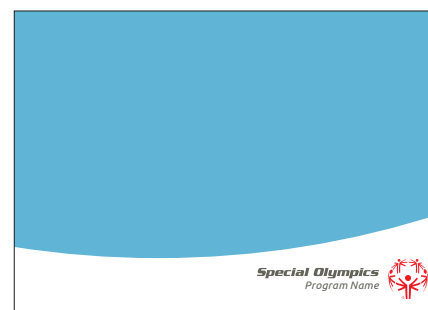
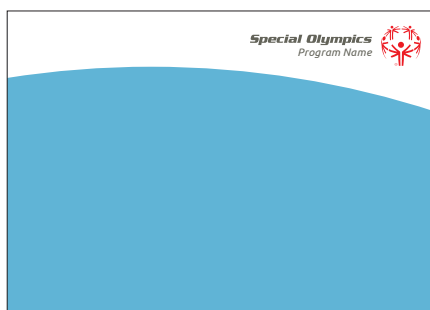
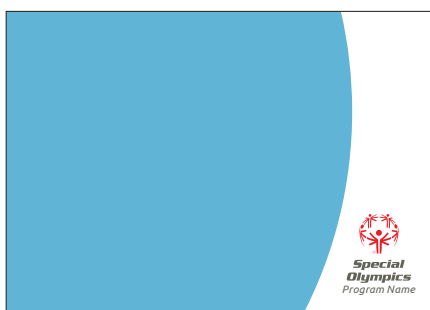
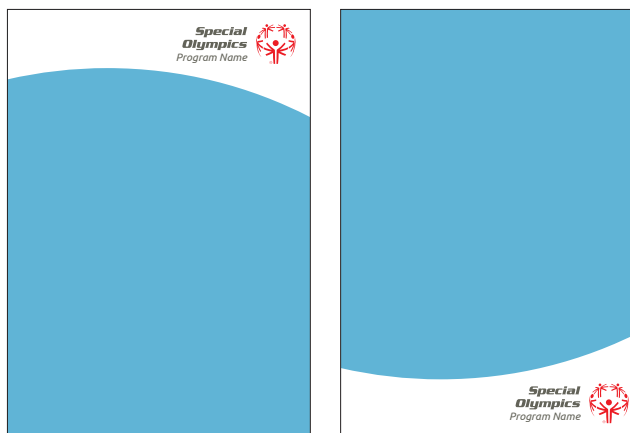


لاحظ أنه في تطبيق العلامة للعناصر مثل العلامات الرأسية، يمكن أن تصبح علامة البرنامج المعتمد للأولمبياد الخاصة هي العنصر المهيمن على المخطط مع المنحني مقدما بذلك زخرفة عند الحاجة إليها.

تطبيق الطباعة



تطبيق العلامة



الأعلى



القاعدة



المنتصف



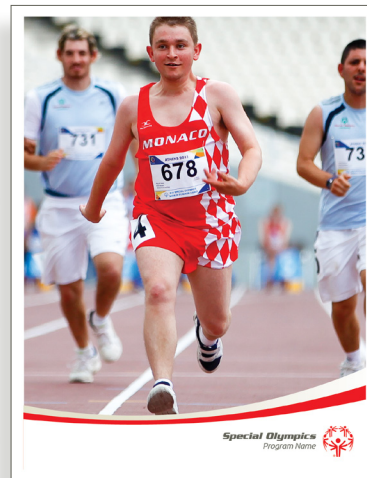
أسلوب المنحني الأحمر

تم تصميم بعض الأعمال الفنية للمنحني الديناميكي بمجموعة من التنسيقات والألوان القياسية. يمكن أن يتم دمج هذه مع علامة البرنامج المعتمد لتسهيل عناصر طباعة العلامة التجارية وتفعيلها.

يتم تزويد كل تنسيق وصيغة بدون علامة البرنامج المحلي. يمكن إضافة هذه أثناء تصميم العمل الفني النهائي. تم تصميم ملفات البرنامج المعتمد Mark PNG و EPS بالإضافة إلى خلفيات شفافة لتيسير تركيب العلامة على المنحني. تم إدراج إطار أبيض ضمن التصميم لتسهيل الطباعة من على سطح المكتب.

يمكن تصميم خيارات ألوان أخرى بديلة، بحسب الحاجة عن طريق المصممين المحليين باستخدام لوح الألوان الثانوية. وسيطلب هذا إحداث تكيف من الأعمال الفنية الرئيسية ضمن Adobe Illustrator.

أسلوب المنحني الأبيض





تقريب/شخصي



حركة ديناميكية

يمكن استخدام العديد من أنماط الصور الفوتوغرافية لرسائل الأولمبياد الخاصة. يمكن استخدام هذه الصور لتعليم أو شرح أو توعية أو توضيح الحاجة أو إثارة المشاعر أو تعزيز القيم أو خلق بعض التعاطف.

مع كافة هذه الخيارات، من المهم أن نتذكر أنه لا يتم استخدام الصور الفوتوغرافية وحدها. يتضح معنى الصور الفوتوغرافية وتأثيرها بحسب السياق الذي ترد فيه أو العناوين التي تستخدم بها أو العناوين الرئيسية التي تتضمنها أو عند وضعها ضمن العلامة التجارية مع علامة الأولمبياد الخاصة.



تعبير



إنشاء سياق



حاول أن تضع الصور الفوتوغرافية ضمن العناوين الرئيسية مع أسماء الرياضيين المشتركين وبعض المعلومات حول قصصهم الخاصة.

تطبيق العلامة الدليل السريع

1 استخدم فقط الأعمال الفنية الأصلية والألوان القياسية

استخدم ملفات العمل الفني الرئيسية الرسمية فقط. لا تقم بنسخ النسخة الخاصة بك من العلامة أو فحصها أو محاولة إعادة رسمها. مراجع اللون: عند طباعة العلامة بلون موضعي، يتم طباعة الرمز في الأولمبياد الخاصة باللون الأحمر (Pantone® 186) ونوع الطباعة في الأولمبياد الخاصة باللون الرمادي (Pantone® 418) أو الأسود.



يتم استخدام تنسيق ملف EPS من قبل المصممين المحترفين كما يمكن زيادة حجمها دون التأثير على الجودة.



يعتبر تنسيق ملف PNG للاستخدام المكتبي فقط ضمن تطبيقات Microsoft Word أو Microsoft Powerpoint.

2 تحديد موضع العلامة بصورة صحيحة

الوضع القياسي الأمثل للعلامة في أعلى اليمين أو أسفل اليمين. ينبغي أن يبقى الرمز على مسافة متساوية من حواف المستند الأقرب. افترض أن وضع العلامة متعلق بالعناصر الأخرى وحواف المستند ثم حدد خيار الحاجز الأمثل المناسب.



الوضع القياسي للعلامة في العناصر المطبوعة هو أعلى اليسار أو أسفل اليسار



3 اترك مساحة بجوار العلامة للسماح بمرونة القراءة

اترك مساحة كافية حول العلامة لضمان ظهورها بشكل أكثر وضوحًا وعدم تأثير أي عناصر عليها. القاعدة العامة أن الحد الأدنى للمساحة الخالية حول العلامة يجب أن يتساوى مع ارتفاع حرف "O" في "Olympics".



4 وضع العلامة على خلفية مناسبة

يجب أن توضع العلامة على خلفية لا تتدخل في مدى التميز. عند استخدام الإصدار ذو اللونين من العلامة، استخدم خلفية البيضاء. عند وضع علامة ذات لون واحد، يرجى التأكد من وجود تباين منخفض وتأكد من وجود تباين مناسب بين لون العلامة ولون الخلفية. حيثما كان ذلك ممكنًا، ضع العلامة على أسلوب المنحنى الديناميكي لعزلها عن العناصر الأخرى على الصفحة وجعلها بارزة.

لونين

لون واحد





العلامة التجارية المفعلة

يبين لك هذا القسم كافة عناصر الهوية التي تم جمعها معًا. عند النظر في الأمثلة المختلفة، الرجاء الأخذ بعين الاعتبار أي سياق سيتم تطبيقه. تعرض هذه المرئيات مطالبة مرنية لجيل الاتصالات الجديدة ويجب ألا يتم عرضها على أنها عرض نهائي لما هو ممكن.

العلامة التجارية المفعلة نظرة عامة حول القرطاسية العناصر القياسية وسندات الطباعة الموصى بها



تتمثل عناصر القرطاسية القياسية في:

١ مقدمة الخطاب (A4/US Letter) طباعة العمل الفني:

Adobe InDesign Template eLetterhead:
MS Word Template

٢ بطاقة الأعمال طباعة العمل الفني: Adobe InDesign
Template

٣ مذكرة A5 طباعة العمل الفني: Adobe InDesign
Template

٤ ظرف طباعة العمل الفني: Adobe InDesign
Template

٥ عرض تقديمي MS Powerpoint Template

سندات الطباعة الموصى بها يجب استخدام ورق نسيج أبيض لامع (غير مركب علانية) وغير مكسو وسندات البطاقة لطباعة القرطاسية. السندات الموصى بها تتضمن:

ورق **Conqueror** الأبيض اللامع من خلال أوراق **ArjoWiggins** الإبداعية الورقة: ١٠٠ ج/البطاقة: ٣٠٠ جرام

الأوراق البينية الملساء البيضاء من خلال أوراق **Neenah** الورقة: ٧٠ النص (١٠٤ جرام)/البطاقة: ١٠٠ الغلاف (٢٧٠ جرام)

خيارات الرق الأبيض لجهاز الكمبيوتر من خلال ورق **Mohawk** الجميل الورق: ٧٠ النص (١٠٤ جرام)/البطاقة: ١٠٠ الغلاف (٢٧٠ جرام)

تعتبر هذه التوصيات أوراق **FSC** معتمدة لضمان مصدر الورق.



العلامة التجارية المفعلة مقدمة الخطاب البرنامج الفرعي



عندما تكون مقدمات الخطاب مطلوبة للبرامج الفرعية، يمكن الاعتراف بها كما هو موضح.

- 1 يتم تعيين اسم البرنامج الفرعي بنسبة ١٠,٥ نقطة لـ **Ubuntu Regular**، أحمر داكن. لاحظ محاذاة اسم البرنامج الفرعي مع خط أساس شعار الأولمبياد الخاصة والهامش الأيمن للنص الأساسي.
- 2 ينبغي أن يكون العنوان للبرنامج الفرعي إذا كان مناسباً. لا تستخدم عناوين متعددة في مقدمة الخطاب. لاحظ أيضاً كيف أن مجلس الإدارة غير مضمن في مقدمة خطاب البرنامج الفرعي. ينبغي أن يستمر استخدام خط الاعتماد.

Blackrock County

Ms Jane Smith
1024 Commonwealth Avenue
Alston
MA 10246

Special Olympics
New Jersey

Re: Team Sponsorship
March 26th, 2012

Dear Jane,

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose.

Sincerely,



Anne Other
Co-ordinator, Blackrock County, Special Olympics New Jersey
AnneOther@SONJ.org

Special Olympics New Jersey
17 Granville Avenue, Kirstanton, NJ 08649, USA Tel +1 609 896 8000 Fax +1 609 896 8040
Email blackrockcounty@SONJ.org Twitter @SONNewJersey www.SONJ.org
Created by the Joseph P. Kennedy Jr. Foundation. Authorized and accredited by Special Olympics, Inc. for the benefit of persons with intellectual disabilities

العلامة التجارية المفعلة التوقيع في البريد الإلكتروني



ينبغي تنسيق التوقيعات بطريقة متوافقة في نهاية كل رسالة بريد إلكتروني.

- 1 تم تعيين توقيع البريد الإلكتروني ٩ نقطة لـ Arial على تباعد أسطر ١٢ نقطة (لا يتم استخدام Ubuntu ضمن مراسلات البريد الإلكتروني) يتم تعيين كافة الأنواع باللون الرمادي الفاتح (RGB: 99/99/89)
 - ٢ يتم تعيين ٥ نقاط غامقة أعلى اسم صاحب التوقيع لإنشاء سطر قصير. يتم تعيين الاسم بـ Arial bold. اللون: أسود (RGB: 0/0/0)
 - ٣ يتم تعيين عنوان الموقع بـ Arial Italic.
 - 4 يتم وضع ٥ نقاط غامقة باللون الأحمر الداكن (RGB: 255/0/0) أعلى اسم صاحب التوقيع لإنشاء سطر قصير. يتم تعيين اسم برنامج الأولمبياد الخاصة بـ Arial bold. اللون: أحمر داكن (RGB: 255/0/0).
 - ٥ استخدم Arial Bold للعلامات الموجودة ضمن معلومات الاتصال.
 - 6 يجب تعيين نص الاعتماد أو غيرها من الانتمانات أو التنازلات بالخط Arial Italic.
- نوصي بعدم تضمين الرسومات البيانية في توقيع البريد الإلكتروني لديك حيث إن هذا قد يعطي مستلم الرسالة انطباعاً بأن هناك ملفاً مرفقاً.

1

سيرينا بويكين

وسائط الإنترنت ومصمم الرسومات البيانية

.....

اسم برنامج الأولمبياد الخاصة

سطر العنوان ١، سطر العنوان ٢

المقاطعة، المدينة، الرمز البريدي، الدولة

ت ١٢٣٤ ١٢٣ ١٢٣ +XX

الفاكس ١٢٣٤ ١٢٣ ١٢٣ +XX

الهاتف ١٢٣٤ ١٢٣ ١٢٣ +XX

البريد الإلكتروني PersonsName@SpecialOlympicsAP.org

PersonsName :Skype

SpecialOlympics@ :Twitter

.....

www.SpecialOlympics.org

.....

إعداد مؤسسة جوزيف كينيدي جونيور. معتمدة ومصدقة من قبل مؤسسة الأولمبياد الخاصة لصالح الأشخاص من ذوي الإعاقات الذهنية.

العلامة التجارية المفعلة بطاقة الأعمال

مواصفات الواجهة

مثال لبطاقة بها حد أقصى من المحتوى

Special Olympics
Program Name

Firstname Surname

Job Title / Appropriate Location Information

Special Olympics Program Name

First Line of Address, Town/County, XX 01234, Country

Tel +1 321 321 4321 **Fax** +1 321 321 4322 **Mobile** +1 0 4321 123456

Email First.Second@SpecialOlympics.org **Skype** @PersonsName

Twitter @specialolympics **Facebook** SpecialOlympicsXX

www.SpecialOlympics.org

يكون اسم حامل البطاقة والمسمى الوظيفي في موضع متوافق

يتم وضع اسم البرنامج والعنوان ومعلومات الاتصال في السطر الأسفل. يتسع هذا التصميم ليضم ٦ أسطر من المعلومات كحد أقصى

ملاحظة: تم تصميم قالب بطاقة الأعمال لاستيعاب أكبر قدر ممكن من المعلومات ونقاط الاتصال المطلوبة. ومع ذلك، يمكن استخدام خط بحجم أكبر في حالة وجود معلومات أقل في البطاقة.

خيار النص الأكبر حجماً – ٨,٥ نقطة/١١ نقطة لكافة المعلومات

نص الحجم القياسي – ٧ نقطة/١٠ نقطة لمعلومات الاتصال

Special Olympics
New Jersey

James Olsen
Football and Unified Sports Manager

Special Olympics New Jersey
3 Princess Road, Lawrenceville, NJ 08648, USA
Tel +1 609 896 8000 **Fax** +1 609 896 8040
Mobile +1 0 7789 123456 **Email** JOlsen@SONJ.org
Twitter @sonewjersey **www**.SONJ.org

Special Olympics
New Jersey

James Olsen
Football and Unified Sports Manager

Special Olympics New Jersey
3 Princess Road, Lawrenceville, NJ 08648, USA
Tel +1 609 896 8000 **Fax** +1 609 896 8040 **Mobile** +1 0 7789 123456
Email JOlsen@SONJ.org **Twitter** @sonewjersey **www**.SONJ.org



تنسيق ٥٤ مم x ٨٥ مم

لونان مطبوعان على بطاقة بيضاء غير مكسوة: رمادي داكن (Pantone 186) أحمر داكن (Pantone 418)

يتم وضع العلامة على مسافة ٣,٥ مم من حافة الجانب الأعلى والأيسر

مغائر سطر واحد بارتفاع ١٣,٥ مم

الهامش: ٤,٥ مم

خط Ubuntu Bold ٨,٥ نقطة، تباعد الأسطر ١٠ نقطة

خط Ubuntu Italic ٧ نقاط

خط Ubuntu ٧ نقطة على تباعد أسطر ١٠ نقطة اسم البرنامج: خط Ubuntu Bold، أحمر داكن العنوان: خط Ubuntu Regular، يتم تمييز قنوات الرمادي الداكن بالخط الغامق كما هو موضح [راجع ملاحظة نوع الخط الأكبر حجماً].

بالنسبة للبطاقات التي تحتوي على لغتين يجب تعيين الوجه الآخر للبطاقة باللغة الثانية كما في الواجهة.

العلامة التجارية المفعلة بطاقة الأعمال مواصفات الظهر



يمكن زخرفة بطاقة الأعمال من خلال استخدام النصوص المختلفة باللون الأبيض على بطاقة الأولمبياد الخاصة ذات اللون الأحمر. يعتبر هذا عنصر تصميم اختياري ويمكن أن يبقى الظهر خاليًا على حسب رغبتك.
يمكن ترجمة النصوص إلى لغات محلية على حسب الحاجة.

١ القسّم الرياضي في الأولمبياد الخاصة

٢ تعهد العلامة التجارية لأولمبياد الخاصة (يمكن التصديق عليه بوضع عنوان موقع ويب البرنامج الخاص بك).

٣ رسالة الأولمبياد الخاصة (تقدم هذه الرسالة الوصف الأكثر وضوحًا للحركة وربما تكون مفضلة لرفع مستوى الوعي بالأولمبياد الخاصة في الأقاليم التي لا تحظى بذلك).

٤ الشعار (إذا كان البرنامج الخاص بك أو المنطقة التي تقطنها تستخدم شعارًا معينًا، فقد نستخدم في هذا الخيار وقد يتم تصديقه بعنوان موقع ويب الأولمبياد الخاصة الخاص بالبرنامج لديك.

الأعمال الفنية الرئيسية لبطاقات الأعمال متوفرة.

٢

Special Olympics unleashes the human spirit through the transformative power and joy of sports every day around the world

SpecialOlympics.org

١

Let me win.
But if I cannot win,
let me be brave
in the attempt

Special Olympics Athlete Oath

٤

Revealing the champion in all of us

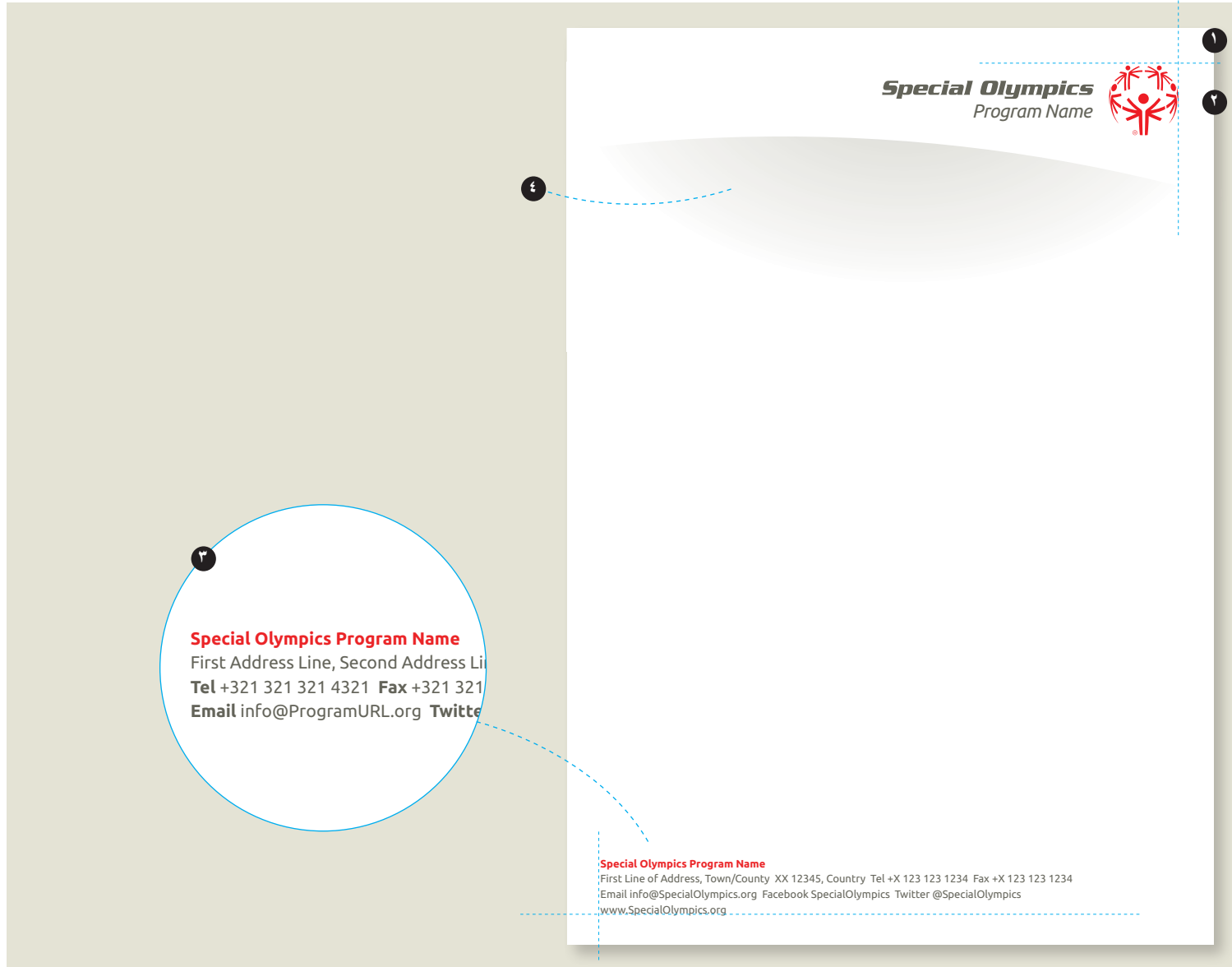
SpecialOlympics.org

٣

Special Olympics provides year-round sports training and athletic competition in a variety of Olympic-type sports for children and adults with intellectual disabilities, giving them continuing opportunities to develop physical fitness, demonstrate courage, experience joy and participate in a sharing of gifts, skills and friendship with their families, other Special Olympics athletes and the community.

SpecialOlympics.org

العلامة التجارية المفعلة مذكرة A5 قبل الطباعة



تنسيق: A5 (١٤٨ × ٢١٠ مم)

لونان مطبوعان على سند أبيض غير مكسو: رمادي داكن (Pantone 186)/أحمر داكن (Pantone 418)

١ يتم وضع العلامة على مسافة ± 8 مم من حافة الجانب الأعلى والأيسر.

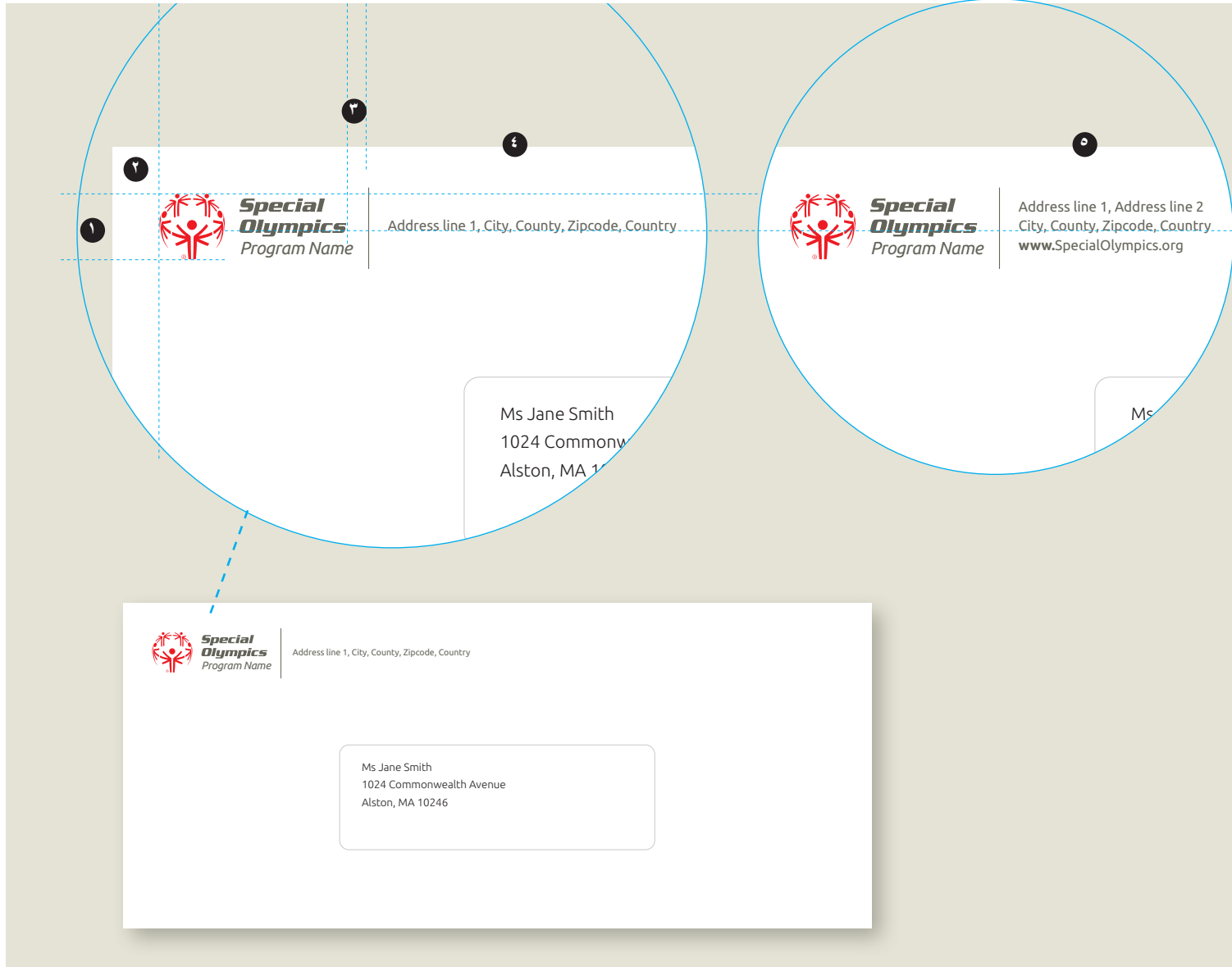
٢ مغاير سطر واحد بارتفاع ١٦ مم.

٣ تباعد أسطر ٨ نقطة على ١١ نقطة: خط Ubuntu Bold، أحمر داكن العنوان: خط Ubuntu Regular، يتم تمييز قنوات الرمادي الداكن بالخط الغامق كما هو موضح.

٤ يستخدم تدرج اللون الرمادي في الأولمبياد الخاصة لاقتراح أسلوب منحني.

تستخدم هذه الوثيقة عادة للمذكرات غير الرسمية المكتوبة بخط اليد. راجع المذكرة الموجودة في سندات الورق.

العلامة التجارية المفعلة **أظرف** علامة تجارية قياسية



يتم استخدام نفس التصميم لكافة أحجام الأظرف مع وضع العلامة التجارية والعنوان في أعلى الزاوية اليمنى كما هو موضح هنا.


- 1 مغاير سطرين للعلامة: بارتفاع ١٣ مم. الرجاء ملاحظة أنه في تطبيق الظرف، يتم استخدام الرمز يمين الشعار.
- 2 يتم وضع الرمز على مسافة ١٠ مم من حافة الجانب الأعلى والأيمن للظرف.
- 3 يتم استخدام السطر A ٠,٥ نقطة في اللون الرمادي للأولمبياد الخاصة للفصل بين العلامة والعنوان. يجب أن يكون على مسافة ± ٥ مم يسار العلامة.
- 4 تم تعيين العنوان على الخط Ubuntu ٨ نقطة مقابل تباعد أسطر ١١ نقطة.
- 5 وبالنسبة للعناوين الأطول، يمكن تعيين العنوان في محاذاة سطرين أو ٣ أسطر.

العلامة التجارية المفعلة

العروض التقديمية

قوالب Powerpoint

Standard text slide



- For most simple text slides we should use a clean slide such as this.
- This keeps the presentation feeling fresh and simple – clear communication.
- The typeface is Ubuntu – Special Olympics' identity typeface and available free from <http://font.ubuntu.com/>

5 / Special Olympics Program Name

1

The Special Olympics powerpoint template

Some tips on creating your own
template and great presentations.



Special Olympics
Program Name

1

Tip.




Use large text to make a point.

(Same slide template and just increase the text size)

7 / Special Olympics Program Name

2

Use chapter slides to punctuate the presentation



Special Olympics
Program Name

3



A picture paints a thousand words
Use the Picture and Caption format to create strong competing slides like this. Don't forget to caption where possible. For best effect crop the image to fill the placeholder.

3



يُستخدم Microsoft Powerpoint لإنشاء العروض التقديمية. تم إنشاء قالب في الهوية المرئية للأولمبياد الخاصة. لتعيين موضع قالب البرنامج الخاص بك، الرجاء اتباع الخطوات التالية.

1 افتح صفحة **Slide Master** (عرض < Master < Slide Master) واستبدل نص "اسم البرنامج" باسم البرنامج المعتمد.

2 في تدبير صفحات white body، استبدل "اسم البرنامج" باسم البرنامج المعتمد.

قم بحفظ الملف كقالب PPT واستخدمه كأساس للعروض التقديمية المستقبلية.

يمكنك أيضًا حفظ هذا الملف المحدث على أنه النسق الافتراضي للكمبيوتر الخاص بك.

3 قم بتضمين صور كلما أمكن لتخبر قصتك. تغني الصورة عن آلاف الكلمات. استخدم القالب لإدراج صور بحجم كامل.

4 قم بمقاطعة العروض التقديمية الطويلة باستخدام شرائح الفصل.

5 استخدم رسائل قوية وبسيطة لتوصيل فكرتك.

قم بحفظ العرض التقديمي الخاص بك كملف PDF لمشاركته مع جهات أخرى.

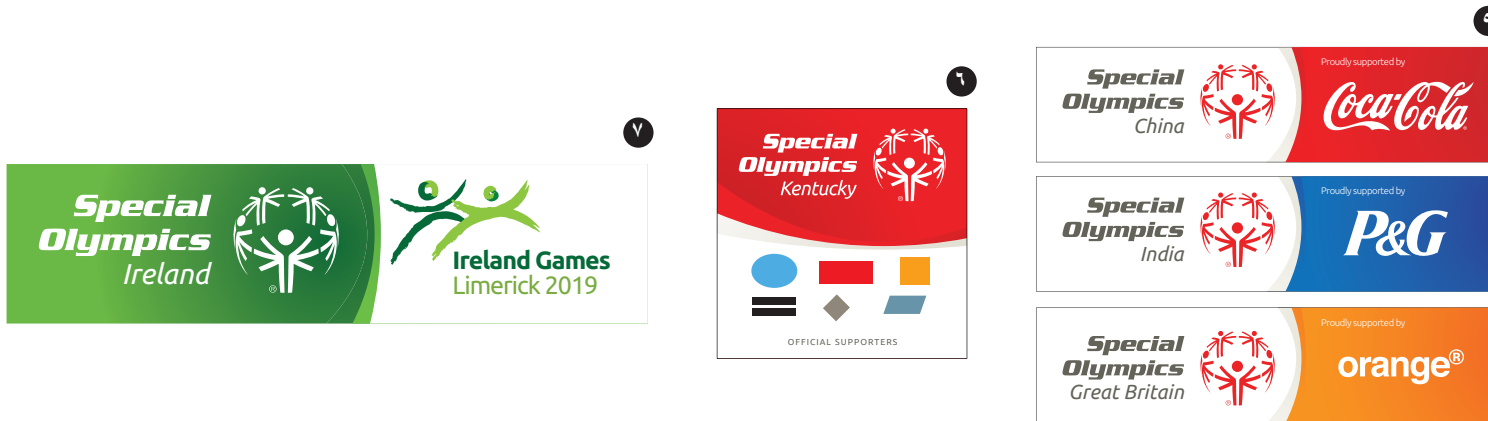
العلامة التجارية المفعلة اللافتات والخلفيات والأعلام نظرة عامة



وكمنظمة فعالة في مجال الرياضات والأحداث، فإن اللافتات والخلفيات والأعلام تعتبر تطبيقًا هامًا لعلامتنا التجارية. هناك الكثير من التصميمات، ولكن كما موضح هنا، يمكن استيعابها ضمن نظام هويتنا.

بعض الأمثلة:

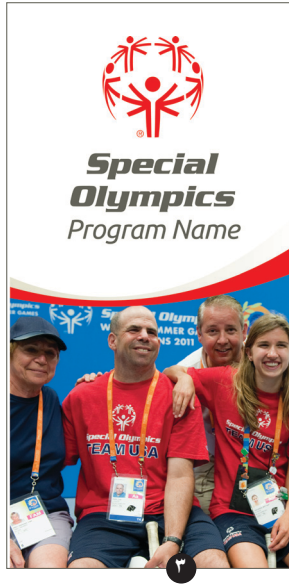
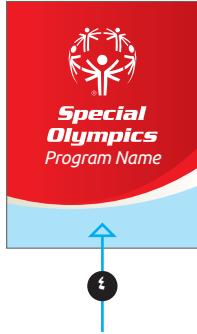
- ١ مجموعة متنوعة من اللافتات الأفقية مع عناصر العلامة التجارية الأساسية فقط
- ٢ لافتة رأسية مع عناصر العلامة التجارية الأساسية فقط
- ٣ لافتة رأسية مع صورة
- ٤ علم ذو وجهين. لاحظ تعديل العمل الفني في الظهر لضمان المحاذاة بين الجانبين
- ٥ مجموعة متنوعة من اللافتات الأفقية مع علامة تجارية راعية واحدة
- ٦ لافتة على شكل مربع مع عدة شركاء - لاحظ خلفية بيضاء تساعد في سهولة تطبيق العديد من علامات الجهات الأخرى
- ٧ لافتة حدث بسيط



العلامة التجارية المفعلة

اللافتات والخلفيات والأعلام

عمل فني للافتة رأسية



الخيار B - علامة على الأحمر

الخيار A - علامة على الأبيض



يتم توفير الأعمال الفنية في Adobe Illustrator ويمكن أن تتناسب مع برنامج معين.

1 استبدل نص "اسم البرنامج" باسم البرنامج المعتمد بنوع الخط Ubuntu Italic.

2 يمكن أن يُستخدم الجزء المتبقي من اللافتة لاحتواء معلومات إضافية. وهذه المعلومات يمكن أن تشمل:

- عنوان ويب البرنامج
- شعارات الراعي أو الشريك
- صورة فوتوغرافية لأبطال الأولمبياد الخاصة أو الأنشطة التي تقوم بها.

3 عند استخدام صور فوتوغرافية ضمن الخيار A، ينبغي وضع الصورة الفوتوغرافية ضمن عنصر المنحنى الرئيسي كما هو موضح.

4 يمكن تصغير حجم تنسيق اللافتة أو توسيعه حسب الحاجة بحيث يتناسب مع النسب أو المحتوى المطلوب.

العلامة التجارية المفعلة اللافتات والخلفيات والأعلام أعمال فنية للافتات أفقية



الخيار A - علامة على الأبيض



الخيار B - علامة على الأحمر



يتم توفير الأعمال الفنية في Adobe Illustrator ويمكن أن تتناسب مع برنامج معين.

1 استبدل نص "اسم البرنامج" باسم البرنامج المعتمد بنوع الخط Ubuntu Italic.

2 يمكن أن يُستخدم الجزء المتبقي من اللافتة لاحتواء معلومات إضافية. وهذه المعلومات يمكن أن تشمل:

- عنوان ويب البرنامج
- شعارات الراعي أو الشريك
- صورة فوتوغرافية لأبطال الأولمبياد الخاصة أو الأنشطة التي تقوم بها

3 يمكن تصغير حجم تنسيق اللافتة أو توسيعه حسب الحاجة بحيث يتناسب مع النسب أو المحتوى المطلوب.

العلامة التجارية المفعلة اللافتات والخلفيات والأعلام عمل فني للعلم



منحنى طريقي - الواجهة



منحنى طريقي - الظهر



لون ثابت - الواجهة



لون ثابت - الظهر

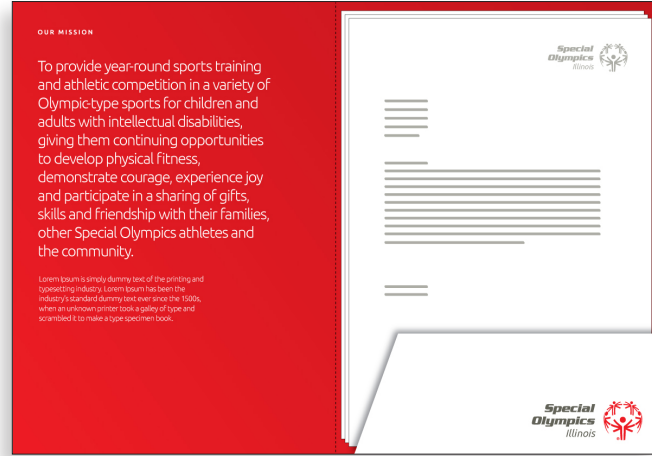


يتم توفير الأعمال الفنية في Adobe Illustrator ويمكن أن تتناسب مع برنامج معين. لاحظ كيف يتم عكس حاجز العلامة لضمان محاذاة الرمز في واجهة العلم وظهره.

1 استبدل نص "اسم البرنامج" باسم البرنامج المعتمد بنوع الخط Ubuntu Italic.

ويمكن أن يتناسب بعد العلم إذا لزم الأمر. تم إنشاء هذا العمل الفني بنسبة ٣:٢.

العلامة التجارية المفعلة المجلات الإعلامية



٢



١



الخيار A

لونان

رسومات بيانية فقط.



يشرح هذين المثالين من المجلات الإعلامية طرقًا مختلفة لتوضيح العلامة التجارية لعنصر ما.

- ١ يستخدم الخيار A عناصر الرسوم الأساسية للهوية فقط. وبوضع العلامة على الغلاف بشكل كبير قدر الإمكان، يتصبح الهوية مرئية في الصور الفوتوغرافية من خلال المشاركين الحاملين للمجلد.
- ٢ يوجد داخل هذا الخيار رسم بياني فقط ويمكن تضمين نص تمهيدي أو رسالة تصف الأولمبياد الخاصة.
- ٣ يشرح الخيار B كيفية استخدام صورة على الغلاف. استخدم صورة واحدة قوية لإحداث أقصى قدر من التأثير. ليست هناك حاجة لاستخدام أسلوب المنحنى على الغلاف الخلفي.



٤



٣



الخيار B

ألون كاملة

تتضمن صورًا فوتوغرافية بشكل كامل.

- ٤ يتم استخدام صورة فوتوغرافية داخل هذا الخيار لتوضيح ما تقوم به الأولمبياد الخاصة. جرب استخدام صورًا ذات جودة عالية من البرنامج الخاص بك وتذكر وضع التعليق عليها بطريقة تلخص قصة البطل المميز في الصورة.

العلامة التجارية المفعلة الرسائل الإخبارية تعيين موضع الرسائل الإخبارية



عند تصميم الرسالة الإخبارية، يجب أن تأخذ بعين الاعتبار كيفية تصميمها وحجم المحتوى المراد استيعابه.

- 1 تم تصميم عناوين الرسالة الإخبارية القصيرة دون تجاوز الهوامش بحيث يمكن طباعتها من خلال طباعة سطح مكتب.
- 2 يمكن أن تُستخدم الرسائل الإخبارية المصممة بطريقة احترافية صورًا ورسومات بلا حدود.
- 3 تظهر علامة البرنامج في أعلى الزاوية اليسرى في مغاير يتناسب مع محتوى العناوين.
- 4 لاحظ كيف يمكن استخدام لوح الألوان الثانوية ضمن الرسالة الإخبارية لتمييز المحتوى وإضافة المذاق المحلي.
- 5 عند وضع النصوص فوق الصور، تأكد من استخدام مساحة من الصورة ذات تباين منخفض لضمان سهولة القراءة.
- 6 اعترف بالجهات الراعية والشركاء بشكل مناسب ولكن تذكر أن سياسة المنشورات الخاصة بنا تقتضي أن تكون الأولمبياد الخاصة هي العلامة التجارية المهيمنة ويجب أن تكون منفصلة عن الشركاء.

رسالة إخبارية قصيرة: ١ - ٤ صفحات

بالنسبة للرسائل الإخبارية المكونة من صفحة واحدة أو التي تصل إلى ٤ صفحات، يتم استخدام غلاف مستند إلى نص بصورة عامة. ما لم يتم تصميم الرسائل الإخبارية باحترافية بحجم كبير، يتم تصميم هذا الخيار بصورة عامة بصيغة MS Word.



رسالة إخبارية طويلة: ٤+ صفحات

للوصول على رسائل إخبارية مكونة من أكثر من ٤ صفحات، يوفر غلاف صورة الصفحة الكامل تأثيرًا أكبر ويعمل على إنشاء مجلة ذات تأثير جذاب للمنشور الخاص بك. سيتطلب هذا الخيار بصورة عامة مهارات تصميم احترافي.



رسائل إخبارية العلامة التجارية المفعلة

رسائل إخبارية لبرنامج فرعي

Far West Suburban Area 2

Special Olympics Illinois

News

SPRING 2016

Only by facing the facts and resolving to meet the challenge head-on can something be done.

In memory of Eunice Kennedy Shriver, 1921-2009, SO Founder.



HEADING
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus nec dui augue, id lobortis dui. Quisque erat nisi.

Cras at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In quis quis, imperdiet vitae purus. Cras at lacus sed ante dictum ultricies.

SPORT ONE
Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan.

SPORT TWO
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In quis quis, sed ante dictum posuere accumsan nisi a tempus.

SPORT ONE
Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan.

SPORT TWO
Tur adipiscing elit. In quis quis, sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan ni.

Cras at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus.

On your marks, get ready for the 4 year cycle

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus nec dui augue, id lobortis dui. Quisque quis erat nisi. Fusce laoreet, mi malesuada hendrerit consequat, elit eros volutpat mauris, et gravida nibh neque ut sapien. Duis mi lacus, semper nec hendrerit eget, posuere nec lacus. Sed felis est, pellentesque sit amet volutpat quis, imperdiet vitae purus. Cras at lacus sed

SUB HEADING GOES HERE
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus nec dui augue, id lobortis dui. Quisque quis erat nisi. Fusce laoreet, mi malesuada hendrerit consequat, elit eros volutpat mauris, et gravida nibh neque ut sapien. Duis mi lacus, semper nec hendrerit eget, posuere nec lacus. Sed felis est, pellentesque sit amet volutpat quis, imperdiet vitae purus. Cras at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan. Lorem ipsum dolor

PO Box 321 Address Line One, XX 54321 - Tel 321 321 4321 Email contactname@SOProgramName.org

Santa Barbara

Special Olympics Southern California

FanMail

JANUARY 2016

Only by facing the facts and resolving to meet the challenge head-on can something be done.

In memory of Eunice Kennedy Shriver, 1921-2009, SO Founder.



HEADING
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus nec dui augue, id lobortis dui. Quisque erat nisi.

Cras at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In quis quis, imperdiet vitae purus. Cras at lacus sed ante dictum ultricies.

SPORT ONE
Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan.

SPORT TWO
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In quis quis, sed ante dictum posuere accumsan nisi a tempus.

SPORT ONE
Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan.

SPORT TWO
Tur adipiscing elit. In quis quis, sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan ni.

Cras at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus.

On your marks, get ready for the 4 year cycle

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus nec dui augue, id lobortis dui. Quisque quis erat nisi. Fusce laoreet, mi malesuada hendrerit consequat, elit eros volutpat mauris, et gravida nibh neque ut sapien. Duis mi lacus, semper nec hendrerit eget, posuere nec lacus. Sed felis est, pellentesque sit amet volutpat quis, imperdiet vitae purus. Cras at lacus sed

SUB HEADING GOES HERE
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus nec dui augue, id lobortis dui. Quisque quis erat nisi. Fusce laoreet, mi malesuada hendrerit consequat, elit eros volutpat mauris, et gravida nibh neque ut sapien. Duis mi lacus, semper nec hendrerit eget, posuere nec lacus. Sed felis est, pellentesque sit amet volutpat quis, imperdiet vitae purus. Cras at lacus sed ante dictum ultricies. Nunc vel semper massa. Nam posuere accumsan nisi a tempus. Suspendisse sagittis mollis justo ut accumsan. Lorem ipsum dolor

PO Box 321 Address Line One, XX 54321 - Tel 321 321 4321 Email contactname@SOProgramName.org



يمكن تصميم الرسائل الإخبارية في Microsoft Word باستخدام أسلوب منحنى لإنشاء العناوين. تعتبر الرسائل الإخبارية من هذا النوع موجودة على المستوى المحلي أو مستوى البرنامج الفرعي. لاحظ كيف أن البرنامج الفرعي معترف به في المراسلة وليس في العلامة. يتم استخدام هذه العلامة للتصديق على الاتصال كجزء من البرنامج المعتمد.

تم تصميم هذه العناوين دون تجاوز الهوامش بحيث يمكن طباعتها من خلال طباعة سطح مكتب من خلال برنامج MS Word.

لاحظ كيف يتم الاعتراف بالمجتمع المحلي أو البرنامج الفرعي ضمن اسم الرسالة الإخبارية وليس العلامة. وهذا يعطي تركيزًا مناسبًا على المجتمع المحلي.

لاحظ استخدام العناوين الفرعية الغامقة والاقترابات لمساعدة القارئ على التعامل مع المحتوى.

تفاصيل جهة الاتصال المحلية مضمنة في تنسيق الصفحة.

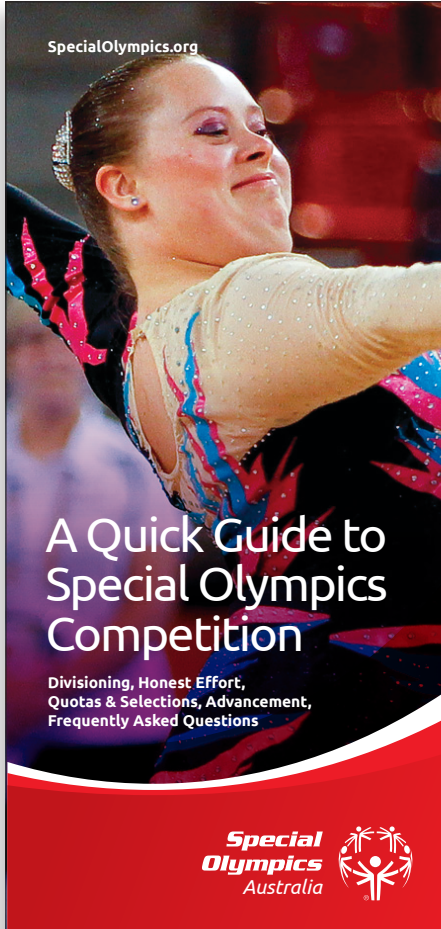
العلامة التجارية المفعلة أغلفة التقرير قالب MS Word



تم تصميم أغلفة التقرير بتنسيق MS Word ويمكن تخصيصها للتمييز بين التقارير أو لتعيين موضع علامة البرنامج المعتمد

- 1 يمكن تغيير الصورة من خلال إدخال صورة جديدة في رأس صفحة العنوان وإرسالها إلى الخلف.
- 2 يمكن استبدال عنوان الويب في رأس الصفحة بعنوان البرنامج المحلي.
- 3 يمكن إدخال علامة البرنامج المعتمد في تنبيل صفحة العنوان.
- 4 يتوفر أسلوب المنحنى بالخيار ذي اللون الأحمر أو الأبيض. يمكن تصميم ألوان أخرى باستخدام لوح الألوان الثانوية ولكن هذا يتطلب إدخال مصمم محترف.
- 5 العنوان الرئيسي: عنوان فرعي بخط Ubuntu Light ٤٢ نقطة: Ubuntu Bold ١٠,٥ نقطة

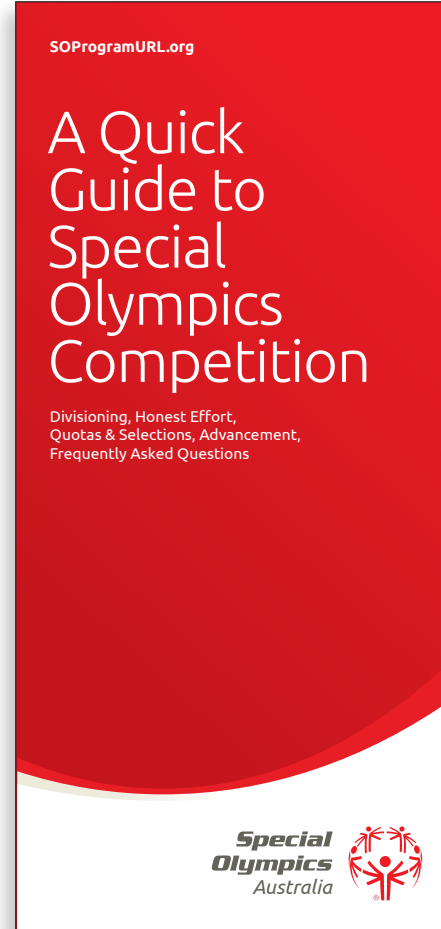
العلامة التجارية المفعلة النشرات الإعلامية خيارات تصميم الغلاف



٣



٢



١

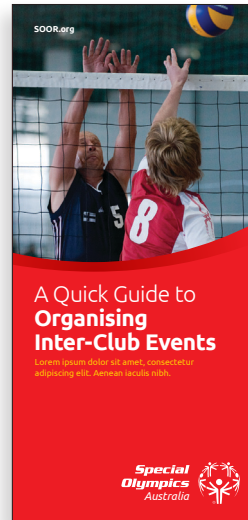
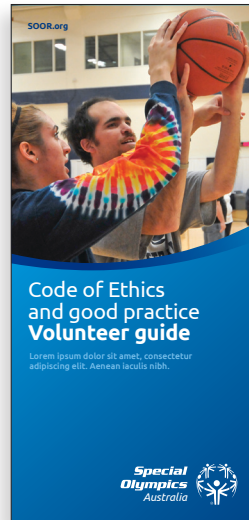
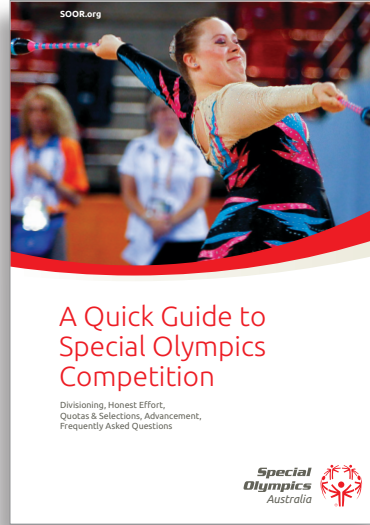


يمكن أن يتراوح اختيارك للغلاف من رسم بياني فقط إلى نصف صورة فوتوغرافية أو صورة كاملة. كل خيار يتطلب مستوى مختلف من المهارات لكي يتم تصميمه.

- ١ غلاف مطبعي يتميز بتأثير بصري قوي ووضوح النص. لا تقلق بشأن جعل التصميم بسيط وواضح. فهو يوحى بإمكانية الوصول ومناسب للنشرات التعليمية والإعلامية للجمهور الداخلي.
- ٢ غلاف الفصل يؤكد هذا الخيار على أن النص سهل القراءة بغض النظر عن اختيار الصورة.
- ٣ غلاف صورة كامل يمنحك هذا الخيار التركيز الأكبر على الصورة ولكنه قد يتطلب مساعدة مصمم محترف لتنفيذه بطريقة صحيحة.

تنطبق هذه الخيارات على كافة تنسيقات الغلاف.

العلامة التجارية المفعلة النشرات الإعلامية تنسيقات النشرة وسلسلة الغلاف



1



يمكن تصميم النشرات والمعلومات المطبوعة بمختلف التنسيقات ويمكن تهيئة هويتنا بحيث تتناسب معها.

1 خيارات التنسيق يمكن أيضاً تهيئة كل خيار من خيارات تصميم الغلاف بحث تعمل عبر تنسيقات متنوعة من الرأسى إلى الأفقى.

2 عند استخدام صورة فوتوغرافية، الرجاء التمعن في تحديد صورة مناسبة تتناسب مع التنسيق. يجب أيضاً الاهتمام بطريقة اقتصاص الصورة.

3 السلسلة باستخدام اللون تعتبر الألوان وسيلة فعالة لإضفاء تنوع مضاف ضمن سلسلة من النشرات.

2

4 صمم أسلوب منحني ديناميكي باستخدام نفس تدرجات الألوان. قد يتم تحديد الألوان من خلال لوح الألوان الثانوية. لاحظ كيف يتم عكس العلامة إلى اللون الأبيض عند استخدامها مقابل اللون.

العلامة التجارية المفعلة النشرات الإعلامية اقتراحات للمخطط الداخلي



سيتم التصميم المعين للنشرة على طبيعة المحتوى نفسه والهدف منه، غير أن هذه الاقتراحات ستساعد في ابتكار مخططات أكثر فعالية.

- 1 يجب أن يكون التسلسل الهرمي للمعلومات واضحاً للقارئ. قم بتصميم فاصلاً واضحاً بين العناوين الرئيسية والنص الأساسي وبين المستويات المختلفة من العناوين الرئيسية والمستويات المختلفة من النص الأساسي.
- 2 استخدم المساحة البيضاء في التصميم بأكمله لتصميم مساحة تسمح بمرونة قراءة المعلومات.
- 3 إذا تم وضع نص فوق الصور، فيجب أن يكون واضحاً ومقروءاً. تأكد من هذا من خلال وضع ألوان خفيفة وتدرجات اللون خلف النص لتخفيف حدة التباين.
- 4 استخدم خلفية مختلفة لتمييز قسم فرعي من المعلومات. يساعد هذا أيضاً في إضافة تباين مناسب للتصميم بأكمله.
- 5 في المستندات الرئيسية، يستخدم النص عند ذلك اقتباسات لإضافة اهتمام بالمخطط أو لتمييز حقائق معينة للقارئ.

Leaflet title

Where does lorem ipsum come from?

There are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc.

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

Why do we use lorem ipsum?

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

Ad infinitum et pluribus unum

editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

Leaflet title

Why do we use lorem ipsum?

There are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc.

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

There are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or

randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc. It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

"Contrary to popular belief, Lorem is not simply random text."

reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc. It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by

Leaflet title

What is lorem ipsum?

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

Why do we use lorem ipsum?

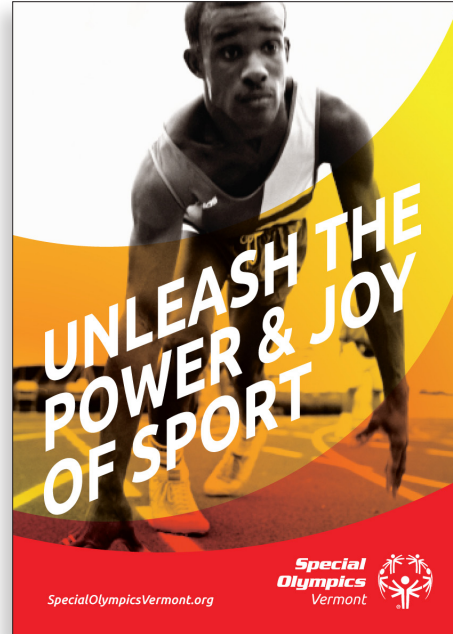
It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

"Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC."

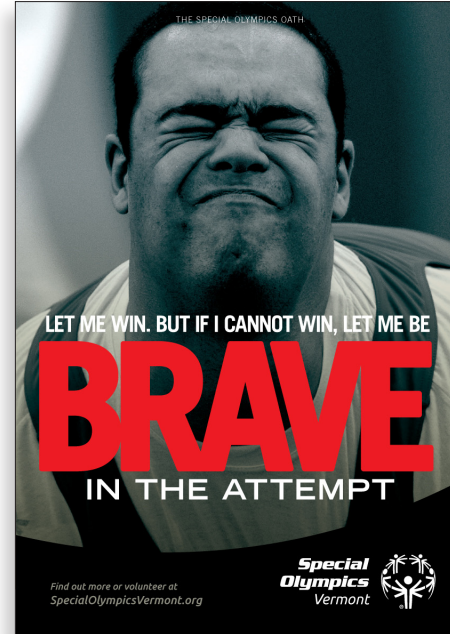
العلامة التجارية المفعلة المجال النمطي



٣



٢



١



دور الملصق الأساسي هو جذب الانتباه وتوصيل رسالة أو فكرة بسيطة وواضحة. عند تصميم ملصقات، اجعل التصميم بسيطاً ومباشراً. كما هو موضح، يتم تحديد الأسلوب المعين من خلال الطبيعة المعينة للرسالة أو الحدث. لاحظ الاستخدام المتوافق للعلامة والمنحنى الديناميكي لتوحيد التعبيرات المختلفة.

- ١ يعتبر استخدام الصورة ذات الأسود أو الأبيض الغامق مدعومة من خلال استخدام الصورة الفوتوغرافية المتمركزة ذات الخط الغامق باللون الأحمر والأبيض. يؤكد أسلوب هذا الملصق على شجاعتنا وتصميمنا.
- ٢ يعتبر استخدام الصورة ذات الأسود أو الأبيض الغامق مدعومة من خلال استخدام الصورة الفوتوغرافية المتمركزة ذات الخط الغامق باللون الأحمر والأبيض. يعتبر أسلوب هذا الملصق ملهم وقوي المعنى.
- ٣ يستخدم هذا الملصق عناصر الرسوم البيانية والألوان لابتكار حدث ممتع. فهو يوحي بشخصية مرحبة وشمولية ومرحة.

العلامة التجارية لمستوى برامج الأبطال - بدون رعاية



ينبغي أن تكون قمصان الرياضيين والزي الرسمي الخاص بهم خالي من أي علامة تجارية راعية. يمكن إدخالها على علامة البرنامج المعتمد. بالنسبة للقمصان المصممة خصيصًا لبعض أحداث الأولمبياد الخاصة المحددة، يمكن إدراج العلامة التجارية للحدث.

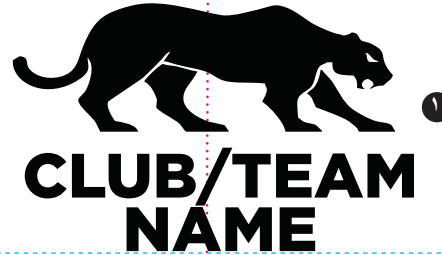
- 1 التطبيقات الكبرى باستخدام حاجز وسطي. تستخدم عند عدم وجود العناصر الرسومية الأخرى المطلوبة. ارتفاع الرمز: $110 \pm$ مم/٤,٣
- 2 التطبيقات ذات الحجم الوسطي باستخدام حاجز رأسي. يمكن أن تستخدم بمفردها أو عندما تتسع لتحتوي عنوان حدث أو رسم. ارتفاع الرمز: $80 \pm$ مم/٣,١٥
- 3 تطبيق القمّة. يمكن أن يستخدم على قمصان الفريق أو القمصان الرياضية عندما يتطلب وجود أرقام الفريق على القمصان. ارتفاع الرمز: $60 \pm$ مم/٢,٣
- 4 عند استخدام قمصان ذات لون داكن، ينبغي أن تطبع العلامة التجارية باللون الأبيض.
- 5 عند استخدام قمصان ذات لون فاتح غير الأبيض، ينبغي أن تطبع العلامة التجارية باللون الأسود أو بلون آخر يؤدي إلى حدوث تباين مع لون القميص الأساسي.

حاجز البرامج الثانوية أو الأندية أو الفرق



عند تصميم قمصان لبرامج ثانوية أو أندية أو فرق، يمكن استخدام الحاجز الذي يعطي أولوية لاسم الفريق الفعلي. وهذا إقرار بأهمية الفرق المحلية ضمن الأولمبياد الخاصة ويعمل على تسهيل تصميم هويات فريق متميزة للألعاب ضمن البرنامج.

Sub-program / Team / Club
Local expression



SPECIAL OLYMPICS
PROGRAM NAME



Program
Standardized



1 اسم الفريق له أسبقية على القميص لضمان تميز الفريق أو النادي بين الفرق المتنافسة. اختيار الخط وتصميم العنصر متروك لاجتهاد البرنامج.

2 يتم تعيين اسم البرنامج المعتمد الذي ينتسب إليه البرنامج الثانوي أو الفريق أو النادي بالخط capitals Ubuntu Bold كما هو موضح هنا.

3 يتم وضع رمز الأولمبياد الخاصة أسفل اسم البرنامج.

4 يعبر اللون أو الخط أو الموضوع لكل فريق عن الهوية المحلية للنادي أو الفريق في نفس الوقت الذي يتم فيه تحديد النادي أو الفريق بوضوح ضمن برنامج الأولمبياد الخاصة المعتمد.

العلامة التجارية المفعلة القمصان

التنسيق الدرعي للبرامج الثانوية أو الأندية أو الفرق



٤



٥



٦



٢



٣



١



يمكن استخدام حاجز البرامج الثانوية أو الأندية أو الفرق في تنسيق درعي.

١ يمكن استخدام التنسيق الدرعي كما هو موضح بارتفاع ± 120 مم الموصى به.

٢ يمكن تصميم هذا التنسيق الدرعي بلونين

٣ كما يمكن تصميمه بلون واحد.



٦ عند تصميم تنسيقات الدروع للبرامج الثانوية أو الأندية أو الفرق، يمكن اتخاذ مجموعة متنوعة من النهج.

٤ رمز بسيط أو توضيح يتصل بالاسم أو الموقع.

٥ حرف واحد فقط في نمط ثابت غامق.

٦ بالنسبة للبرامج الثانوية أو الأندية أو الفرق التي تستخدم أرقام المنطقة، تذكر أن تعطي الأرقام قدر أكبر من الشخصية من خلال اختيار الخط واللون.

يرجى ملاحظة أن هويات النادي أو الفريق تستخدم فقط على قمصان الفريق أو الزي الرسمي له.

العلامة التجارية المفعلة القمصان

المتطوعون في رعاية العلامة التجارية



عند تصميم قمصان المتطوعين التي تتضمن العلامات التجارية للراعي، فينبغي أن تكون العلامة التجارية للبرنامج المعتمد للأولمبياد الخاصة أوضح من العلامات التجارية للراعي.

١ القمصان المقسمة بجانب واحد وبها علامات الأولمبياد الخاصة والشريك في المقدمة.

٢ القمصان المقسمة بجانبين ويستخدم بها علامة الأولمبياد الخاصة بقدر أكبر في المقدمة مع علامات الشريك على الجهة العكسية. لاحظ تكرار علامة الأولمبياد الخاصة في موضع مهيم على الجهة العكسية.

٣ عند استخدام قمصان ذات لون داكن، ينبغي أن تطبع العلامة التجارية باللون الأبيض.

٤ عند استخدام قمصان ذات لون فاتح غير الأبيض، ينبغي أن تطبع العلامة التجارية باللون الأسود أو بلون آخر يؤدي إلى حدوث تباين مع لون القميص الأساسي.



إدارة العلامة التجارية

الآن وبعد التعرف على علامتنا التجارية والهوية المرئية لدينا، نحتاج إلى ضمان إدارتها بطريقة فعالة إلى الأمام قدمًا. إدارة العلامة التجارية هي بالضبط كالاكتناء بحديقة. فهي عملية متواصلة لضمان الاحتفاظ بالترابط والسماح في نفس الوقت للأفكار الجيدة بالازدهار.



لخلق جو من التواصل، سيتطلب منك ذلك كتابة موجز وعمل تصميم وفي معظم الحالات طباعة التصميم أو إنتاجه بشكل أكثر أناقة.

توفر لك قائمة الاختيار هذه أهم الاعتبارات لمراعاتها في كل مرحلة من مراحل العملية.

الموجز

عند إعداد موجز أو إنشاء عنصر تواصل، فالرجاء التمعن فيما يلي:

- الهدف المحدد الذي ترغب في تحقيقه
- الجمهور المعين الذي تود التواصل معه والأفكار التي ستبقى خالدة في ذكراهم
- السياق الذي سيتم إجراء هذا التواصل من خلاله
- المشاعر والأفكار التي ترغب في إثارتها
- حدود قنوات الاتصال المقترحة وإمكانياتها
- كيفية الاستفادة من الفكرة الشخصية والملهمة للعلامة التجارية للأولمبياد الخاصة
- أي من قصص الإنجاز الفردي والجماعي أو الإبداع أو التحول أو المجتمع تعمل على خدمة أهدافك.

التصميم

قبل عمل التصميم، تحقق من وجود ما يلي:

- موجز واضح مع استيعاب الجمهور والأهداف المحددة
- استيعاب الهوية المرئية في اللبئات الأساسية ونمط بيت الأولمبياد الخاصة
- الأعمال الفنية للعلامة الأصلية الخاصة بالبرنامج المعتمد و Ubuntu typeface الخاص بالنصوص الإعلامية
- عمل فني محدد ونسخ متطلبات الكتابة
- المعلومات المزودة مرتبة بتسلسل هرمي واضح للتركيز على الرسائل ولضمان تأثير بسيط وفعال
- حلول النسخ المعتمدة التي تعمل على الاستفادة من فكرة "الكشف عن البطل الذي بداخلنا" بطريقة مناسبة لجمهورك وأكثر انتشاراً على المستوى المحلي.

الانتاج

عند تصميم العمل الفني، تأكد من التعامل مع ما يلي:

- تم استخدام العمل الفني للعلامة الأصلية باللون المناسب وبوضوح مناسب
- تم استخدام Ubuntu typeface للنصوص الإعلامية
- أعطيت العناوين الرئيسية تباين مطبوعي وتم استخدام العناوين الفرعية حسب الاقتضاء ضمن نسخ النص
- يتم استخدام الاختيار المحدود من الألوان من لوح الألوان باستخدام مناسب للوح الأساسي
- يتم استخدام المنحنى الديناميكي بشكل فعال - ولا يبالغ في استخدامه!
- يتم جمع كافة الصور أو سياقها بشكل مناسب لسرد قصة مقنعة
- يعتبر التصميم النهائي بسيط ومركز قدر الإمكان



عندما نكون شركاء مع منظمات أخرى أو علامات تجارية راعية، فمن المهم الاعتراف بعلاقة العلامة التجارية المشتركة باستخدام أنسب تسلسل هرمي للعلامة التجارية.

الرجاء ملاحظة أن ما يتم ذكره هنا هو دليل أولي للمساعدة في تحديد النهج الأكثر ملائمة والتعرف عليها. فربما تحتاج الحقائق والعلاقات الأخرى إلى النظر والتمعن.

عند الاقتراب من فرصة محتملة لعلامة تجارية مشتركة، تعرف على الأسئلة التالية لتحديد الخيار الأمثل.

- إذا كانت الأولمبياد الخاصة هي من تقوم بالنشاط، فقم بتطبيق الخيار ١. وإذا كان الشريك هو من يقوم بالنشاط، فقم بتطبيق الخيار ٢.
- ما هو اسم الحدث؟ إذا كانت الأولمبياد الخاصة هي الأبرز في العنوان، قم بتطبيق الخيار ١. وإذا كانت الأولمبياد الخاصة لا تظهر في العنوان الرئيسي أو تظهر كلاحقة، فقم بتطبيق الخيار ٢.
- إذا كانت الأولمبياد الخاصة واحدة من العديد من الشركاء المساويين لها، فقم بتطبيق الخيار ٢.
- إذا تمت فرصة العلامة التجارية المشتركة خارج سيناريوهات الرياضات أو الصحة أو التعليم أو المجتمع، فقم بتطبيق الخيار ٢.
- بالنسبة للأحداث المرتبطة بالأولمبياد الخاصة مثل *EKS* أو حملات مثل *انشر مصطلح للتخلص* من آخر يتم استخدام علامة الأولمبياد الخاصة كتصديق لحالة مساوية لمنظمات داعمة أخرى مثل *أفضل الرفاق*. قم بتطبيق الخيار ٢ في مثل هذه الحالات.

الخيار ١

الأولمبياد الخاصة المهيمنة

سيتم إنشاء المواد التي تنتجها الأولمبياد الخاصة بصورة عامة باستخدام هوية الأولمبياد الخاصة المرئية ويتم الاعتراف بالعلامة التجارية للشريك في دور داعم. عند تطبيق هذا الخيار، فالرجاء التأكد مما يلي:

- علامة الأولمبياد الخاصة هي المهيمنة سواء من حيث المستوى أو الوضع.
- يعتبر دور العلامة التجارية الراعية غير محدد بوضوح ضمن العلاقة. فعلى سبيل المثال، تُستخدم نصوص الاعتماد مثل "الراعي العالمي" المدعومة بفخر من قبل "الممون الرسمي" وهكذا، بالقرب من العلامة التجارية للشريك.

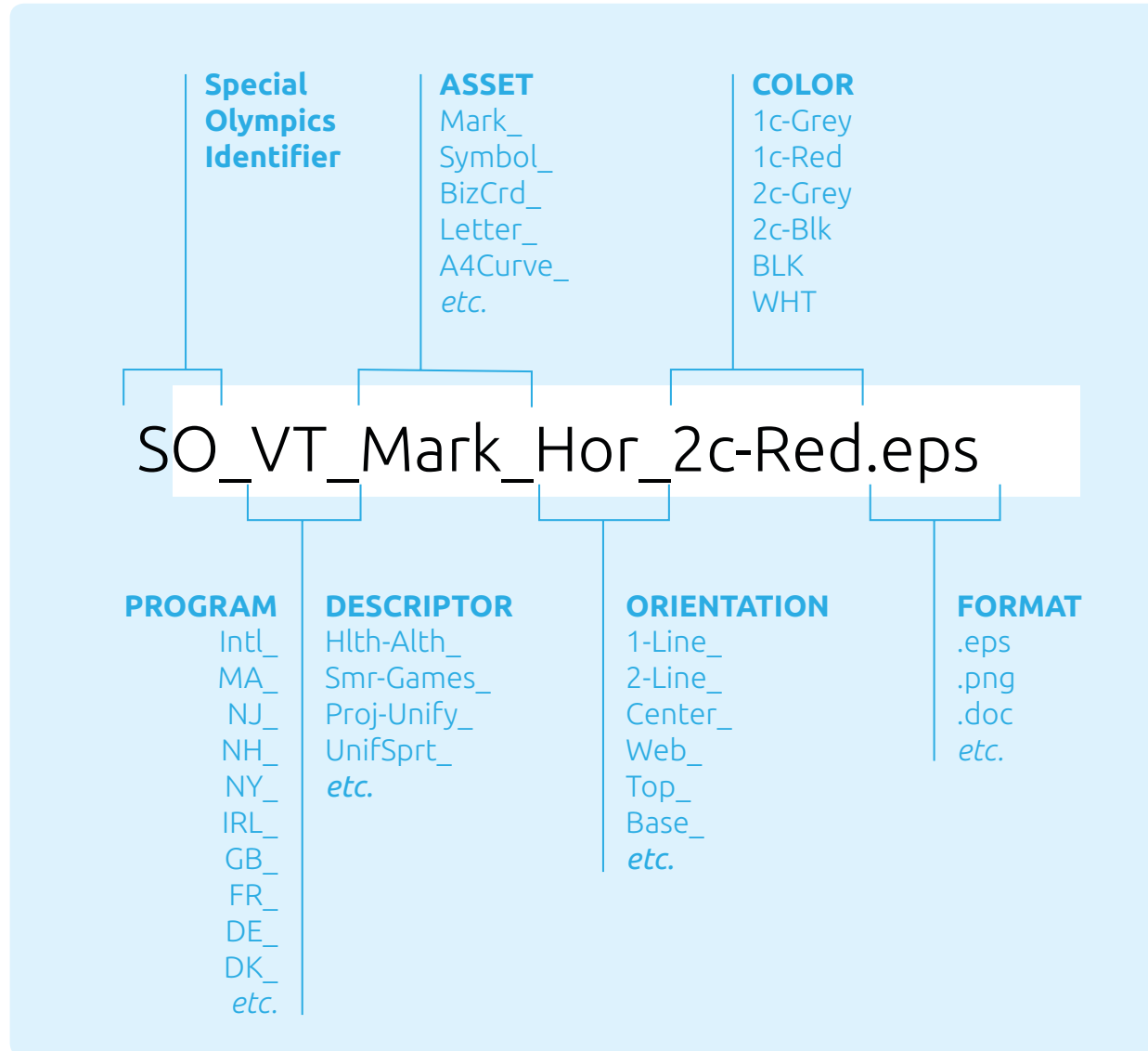
الخيار ٢

الشريك أو الحدث المهيمن

سيتم إنشاء المواد التي أنتجها الشركاء بصورة عامة ضمن هويتهم المرئية أو هوية فرصة العلامة التجارية المشتركة. في هذه الحالات، ستصبح الأولمبياد الخاصة عادة المستفيد من الرعاية وستستخدم علامتنا كتصديق.

- عند تطبيق هذا الخيار، فالرجاء التأكد مما يلي:
- ألا تتعارض العلامة التجارية أو فكرة الحدث أو الحملة مع رسالة الأولمبياد الخاصة أو قواعد السلوك لديها.
- ضمان ألا تندرج العلامة التجارية للأولمبياد الخاصة أو تُستوعب ضمن العلامة التجارية للشريك - خاصة في أحداث العلامة التجارية المشتركة.
- يعتبر دور الأولمبياد الخاصة غير محدد بوضوح. على سبيل المثال تُستخدم نصوص الاعتماد "الداعمة لـ" أو "فائدة" وهكذا، بالقرب من العلامة التجارية للأولمبياد الخاصة أو ضمن عنوان الحدث.

بروتوكول تسمية الأعمال الفنية



يجب أن تستخدم الأعمال الفنية الرئيسية ضمن الهوية المرئية اصطلاحات التسمية التالية.

قائمة القوالب القياسية والأعمال الفنية (٠٦,١٢)

استخدام احترافي

يمكن استخدام هذه الملفات وتهيتها من خلال مصممين محترفين باستخدام **Adobe Illustrator** أو **InDesign** أو **Photoshop** بحسب الحاجة.

اللافتات وملفات **Adobe Illustrator** الرئيسية بخيارات رأسية وأفقية

المنحنى الديناميكي وملفات **Adobe Illustrator** لتنسيقات الطباعة القياسية

درع النادي/الفريق وملفات **Adobe Illustrator** الرئيسية

لوح الألوان **Adobe Illustrator EPS** – يُستخدم من خلال المصممين لسهولة استخدام لوح الألوان الموسع

علامة البرنامج المعتمد الأعمال الفنية الرئيسية لـ **Adobe Illustrator** لمجموعة كاملة من الحواجز القياسية.

علامة التصديق **Adobe Illustrator**

شعار الوسائط الاجتماعية **Adobe Photoshop**

قرطاسية قبل الطباعة: العمل الفني **Adobe InDesign** الخاص بالتالي

– مقدمة الخطاب (A4 و US Letter)

– A5 Note

– بطاقة الأعمال

– الظرف

OFFICE – استخدامات TEMPLATES

يمكن تهيئة هذه القوالب لاستخدام البرنامج المحلي باستخدام **Microsoft Word** أو **Powerpoint** بحسب الحاجة.

eLetterhead ملفات **A4 & US Letter MS Word**

غلاف التقرير ملفات **A4 & US Letter MS Word**

صحيفة وقائع ملفات **A4 & US Letter MS Word**

عرض تقديمي **MS Powerpoint**

تنسيقات الملف

يتم تصميم الأعمال الفنية **PNG** لاستخدامات Office في تطبيقات البرامج مثل **Microsoft Word** و **Microsoft Powerpoint**.

EPS تم تصميم الأعمال الفنية للاستخدام بواسطة "مصممين محترفين" ويمكن تحجيمها إلى أي حجم دون فقدان الجودة.

تم إنشاء ملفات **EPS** باستخدام **Adobe Creative Suite 5**.

العمل الفني—ملفات جاهزة للطباعة أو الإنتاج.

تجاوز الهوامش—عند امتداد رسم بياني ما خارج حافة الصفحة

فوائد العلامة التجارية—هذه هي بعض الفوائد الرئيسية المستمدة من كل من المشتركين في الأولمبياد الخاصة. تصف هذه الفوائد سبب قيامنا بما نقوم به.

أسهم العلامة التجارية—تشير أسهم العلامة التجارية إلى القيمة التي تعود على اسم العلامة التجارية أو الهوية مقارنة بنفس المنتج إذا لم يكن يملك اسم العلامة التجارية أو الهوية.

سمة العلامة التجارية—تعمل هذه الصفات على نشر نغمة صوتنا وكيف نتواصل.

تعهد العلامة التجارية—يمثل تعهدنا هذا تلخيصًا لما يمكن أن يتوقعه الناس من علامتنا التجارية.

CMYK—تُستخدم التسمية المختصرة في تقنية طباعة تستخدم ألوان العملية الأربع-السماوي والأرجواني والأصفر والأسود (CMYK).

ورق مكسو—ورق مكسو بطبقة من جانب واحد أو جانبيين. تنتج هذه الطلاءات مجموعة متنوعة من الزخارف: المعتم واللامع والباهت، إلخ.

لوح الألوان—نظام معين من الألوان التي تُستخدم بالاقتران مع بعضها البعض لتحقيق التناسق المرئي.

الفكرة التوجيهية—الفكرة التوجيهية هي تمثيل مرئي لجوهر العلامة التجارية التي تتجاوز اللغة والثقافة وتنتشر كل ما نقوم به.

العلامة التجارية الرئيسية—العلامة التجارية الرئيسية التي منها تستمد كافة العلامات التجارية الفرعية والمرتبطة قيمتها.

الرسالة—تصف رسالتنا ما نقوم به ومن أجل من نقوم به وفوائده.

PMS (Pantone® نظام المطابقة)—نظام تطابق الألوان الأساسية المستخدم بواسطة الطباعات ومصممو الرسومات للأحبار والأوراق والمواد الأخرى. يعتبر لون PMS هو لون قياسي معرف من خلال أخلاط النسبة المؤية للأحبار الرئيسية المختلفة.

مطبوع سابقًا—وثيقة مطبوعة مسبقًا مع بعض العناصر المرئية المحددة، ثم تتوفر ليتم تشغيلها من خلال طباعة ليزر للتخصيص.

لوح الألوان الأساسية—الألوان التي نستخدمها لتوحيد رسالتنا والتعرف على المساعدة.

RGB—الأحمر والأخضر والأزرق؛ نظام الألوان المستخدم في التطبيقات على الشاشة وتشمل الويب.

عكسي—الكائنات البيضاء أو ذات الألوان الفاتحة على خلفية داكنة اللون.

لوح الألوان الثانوية—يتم استخدام الألوان فيما عدا تلك الموجودة في لوح الألوان الأساسية لتمييز الرسائل ولتوفير تعبير مناسب للهوية المرئية.

ورق غير مكسو—ورق الخالي تمامًا من أي كساء لأي من الجانبين. يتوفر هذا الورق في مجموعة متنوعة من الألوان والأوزان والزخارف (العامة والسلس والرق والكتابة).

يمكن أن تلعب كل مشاركة فردية في الأولمبياد الخاصة دورًا في تنظيم العلامة التجارية حول العالم وتعزيزها. هذه المباديء التوجيهية، فضلاً عن كونها مجموعة شاملة من الأدوات، إلا أنه تتوفر أدوات المراسلة والقوالب للتنزيل من خلال resources.SpecialOlympics.org/brand

نوصيك بالتواصل مع brand@specialolympics.org بخصوص أية أسئلة أو استفسارات أو تعليقات قد ترد بذهنك في أي مرحلة.

كما يرجى عدم التردد في مشاركة أي دراسات لحالة والصور الخاصة لأي حملات علامة تجارية الناجحة أو تنفيذ في البرنامج الخاص بك أو المنطقة.

الإقرارات

تم إنشاء المباديء التوجيهية لهوية العلامة التجارية للأولمبياد الخاصة للبرامج المعتمدة بعد عملية شاملة تعاونية بقيادة لجنة تسيير المشروع التوجيهية. شكرًا لكل الأعضاء الذين تطوعوا وضحوا بأوقاتهم واجتمعوا دعمًا لهذا المشروع الهام.

ونقدر العمل الممتاز والالتزامات غير العادية من خلال المخطط الاستراتيجي للعلامة التجارية والمستشار المبدع سياران وجاورا وفريق عمله في شركة Zero-G وكذلك مستشار العلامة التجارية نويل تولان. في ظل هذه القيادة، خضعت علامتنا التجارية للأولمبياد الخاصة لعمليات هامة من للتطوير والنضج. ونحن الآن نعمل على تعيين مسار يؤدي إلى زيادة المواءمة بين البرامج والمساعدة على إدكاء الشخصية والفهم للأولمبياد الخاصة حول العالم.