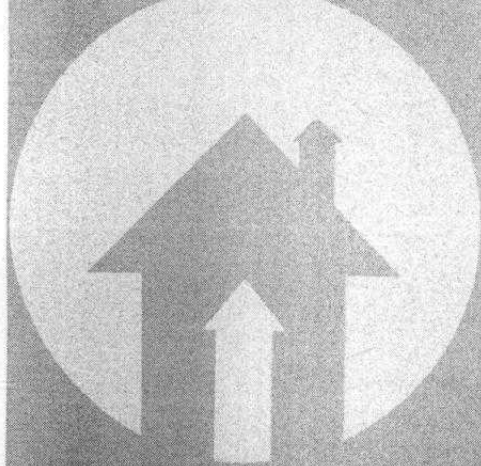




چه موقع و چگونه
ابزارهای ارتباطی شغل خود را در محل
کارتان طراحی کنید.



عنوان و نام پدیدآور : طراحی گرافیک در محل کار/نویسنده شرکت طراحی گرافیک؛ مترجم شبنم حاتمی.

مشخصات نشر : تهران: هنر آبی، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری: ۱۹۲ ص.: مصور(رنگی)، جدول: ۲۹×۲۲ سم.

عنوان اصلی: Bringing graphic design in house : how and when to design it yourself, logos, letterhead, business cards, brochures, newsletters, websites

حاتمی، شبنم، مترجم
شرکت طراحی گرافیک
فیبیا
۹۷۸-۶۰۰-۵۷۴۳-۳۷-۱
هنر تجاری -- فن -- دستنامه‌ها
گرافیک -- فن -- دستنامه‌ها
کسب و کار -- ارتباط -- دستنامه‌ها
۷۴۱/۶۰۶۸۸
NC۱۰۰۰/ط۴ ۱۳۹۱
۲۸۰۰۶۹۸
شماره کتابشناسی ملی



انتشارات هنر آبی

تهران، اتوبان نیایش - آبخشاسان، خیابان امام حسین، بن بست امید، پلاک ۷، تلفن ۴۴۶۱۰۹۲۸

نام کتاب : طراحی گرافیک در محل کار
نویسنده : شرکت طراحی گرافیک
مترجم : شبنم حاتمی
مدیر هنری: بهرام شامی
ناشر: انتشارات هنر آبی
صفحه آرا: حسن سبزه‌علیان
سال و نوبت چاپ: اول - هزار و سیصد و نود و چهار
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۷۴۳-۳۷-۱
تیراژ: ۱۰۰۰
قیمت: ۴۸۰۰۰ تومان

حق چاپ برای مؤلف و ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

۸..... پیشگفتار

بخش اول: انجام طراحی در داخل شرکت یا سپردن کار به شرکت های طراحی ۱۰

خودتان طراحی کنید یا از کسی کمک بخواهید؟ ۱۲

کار با شرکت های طراحی ۱۶

انجام طراحی گرافیک در محل کار ۲۰

بخش دوم: اصول اولیه ی طراحی در شرکت ۲۴

مفهوم طراحی ۲۶

تجهیزات مورد نیاز ۲۸

ابزارهای ارتباطات داخلی ۳۶

فرایند طراحی ۳۸

سیستم های طراحی ۴۰

راهنمای سبک ۴۴

اصول طراحی ۴۸

سبک ۵۲

رنگ ۵۶

تصاویر: عکس ها و تصاویر گرافیکی ۶۲

تایپ و حروف چینی ۶۶

محتوی و صفحه بندی ۷۰

ساختار شبکه ای صفحه ۷۴

کاغذ ۷۸

تولید و چاپ ۸۲

تکنیک های ویژه ۸۲

مدیریت پروژه ۸۲

بخش اول، نیازهایی را عنوان می کند که باید پیش از تصمیم گیری برای انجام طراحی در داخل شرکت، و یا سپردن کار به دیگر شرکت های طراحی، مورد توجه قرار گیرند.

بخش دوم، نگاهی کلی به فاکتورهای اصلی طراحی دارد که در خلق ابزارهای ارتباط شغلی نقش به سزایی ایفا می کنند.

در بخش سوم،
نمونه‌هایی ارائه
گردیده که توسط
طراحان داخلی شرکت‌ها
انجام شده‌اند.

بخش چهارم،
ساختارهای طراحی را
نشان می‌دهد که شما
نیز می‌توانید در سبک
طراحی خود از آنها به
عنوان الگو استفاده
کنید.

هر کجا که تصویر این
فلش دیده می‌شود،
نکاتی در مورد کار با
سایر شرکت‌های طراحی
و یا دیگر ارائه‌دهندگان
خدمات طراحی، بیان
شده است.

۸۶.....	بخش سوم: نمونه‌هایی از طراحی گرافیک
۸۸.....	بررسی موردی
۸۹.....	شرکت «گیروورکس»
۹۰.....	شرکت «ویس»
۹۲.....	شرکت «گاند»
۹۴.....	شرکت «اندرسون»
۹۶.....	شرکت «بنجامین مور»
۹۸.....	شرکت «وست»

۱۰۰.....	بخش چهارم: الگوهای طراحی گرافیک
۱۰۲.....	سیستم (مجموعه)های طراحی
۱۲۴.....	لوگوها
۱۳۶.....	سیستم (مجموعه)های اداری: سر برگ، پاکت نامه و کارت ویزیت
۱۵۴.....	بروشورها
۱۶۴.....	خبرنامه‌ها
۱۷۶.....	وبسایت‌ها

پیشگفتار ناشر

هدف از انتشار این کتاب در مورد طراحی گرافیک، کمک به مشاغل مختلف برای برطرف کردن نیازهای طراحی در محل کارشان بوده است، با علم به اینکه اگر این کتاب مؤثر واقع شود، مشتریان به شرکت‌های طراحی گرافیک مراجعه نخواهند کرد.

اگر چه این کتاب کمک می‌کند تا مخاطب طراحی کارش را خود انجام دهد، در عین حال او را تأیید می‌کند که در مواقع لزوم کار خود را به متخصصین گرافیک و شرکت‌های طراحی گرافیک واگذار کند. تشخیص درست و به موقع این کار در موفقیت بلند شرکت تأثیر به سزایی خواهد داشت.

هدف اصلی این کتاب، بهبود موقعیت و تمرین برند شرکت شما در جامعه، از طریق راهکارهای طراحی ارائه شده است و به اثری که طراح نیستند نیز کمک می‌کند تا مطالب بیشتری درباره‌ی طراحی ابزارهای ارتباطی بیاموزند. از طرف دیگر به شما اعتماد به نفس بخشیده تا بتوانید بر توانایی‌ها و قابلیت‌های خود تکیه کرده و از این پس، هرگز مربوط به طراحی گرافیک شغل خود را در داخل شرکتان انجام دهید.

انتشارات هر آب