

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



الإصدار 2.0

**صندوق تنمية الموارد البشرية**  
الدليل الإرشادي للهوية البصرية

## مواصفات كتيب العلامة التجارية

يهدف الدليل الإرشادي للاستخدام الصحيح لعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية وعلامة هدف إلى توضيح مفاهيم العلامات واستراتيجياتها، وذلك للالتزام بها في جميع الوسائط ذات الصلة التي ينتجها الصندوق، وضمان صورة بصرية متناسقة ومعبرة. يشرح الدليل أسس استخدام العلامات والألوان والخطوط وعناصر التصميم الأخرى لتحقيق هذا الهدف بدقة ووضوح. كما يوضح أساسيات مبادئ الهوية البصرية الخاصة بالصندوق، ويوفر تعليمات دقيقة وواضحة للاستخدام الصحيح للعلامات، بما في ذلك كيفية تطبيقها بطريقة صحيحة ومتناسقة.

ويتضمن الدليل ملفاً بصيغة (Adobe Acrobat 8.0 PDF) للعرض على أنظمة ماك وويندوز، ويمكن طباعة الملف الكامل أو صفحاته الفردية على ورق بحجم A3 - A4، ويفضل استخدام طباعة ملونة.

يعد هذا الدليل مصدراً مهماً للمصممين والمسؤولين عن العلامات والهوية البصرية في المنشآت والمؤسسات، حيث يُمكنهم من تحقيق هوية بصرية متميزة وجذابة، والتي تمثل قيم ومبادئ العلامة التجارية. كما يساعد الدليل في توحيد الصورة البصرية لصندوق تنمية الموارد البشرية وزيادة التعرف على العلامات التجارية في المجتمع.

## رسالتنا

خلق تأثير بصري متناغم يعكس توجه الهوية ويمنحها شخصية متفردة تكون حاضرة في جميع التطبيقات المرئية ويجعلها مصدرًا للإلهام والإبداع.

## هدفنا

الهوية البصرية ليست مجرد أيقونة وألوان، إنها روح المؤسسة التي تعكس أهدافها، وآفاقها، وتطلعاتها للحاضر والمستقبل معًا.

## تمهيد

## علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

تتركز العلامة حول فكرة دعم تطوير الموارد البشرية لتتوافق مع احتياجات سوق العمل لتمكين التوظيف المستدام للفئات التي تواجه تحديات لدخول سوق العمل أو البقاء فيه بالتعاون مع منشآت القطاع الخاص وتعكس، الرؤية الرائدة للصندوق في تنمية وتحسين الموارد البشرية ودعم تطويرها في المملكة العربية السعودية.

## علامة هدف

تتميز العلامة التجارية "هدف" بالبساطة والفعالية في تعبيرها، حيث ترمز إلى رؤية صندوق تنمية الموارد البشرية في تمكين وتدريب وإرشاد المستفيدين والمنشآت الخاصة في السوق العمل السعودي، وتؤكد التزام الصندوق بتحقيق أعلى مستويات الجودة في تقديم الخدمات والمنتجات المتوافقة مع احتياجات السوق العمل السعودي وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية.

## العلامة المؤسسية



## العلامة التجارية





## القسم الأول (أساسيات العلامة)

## • علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

الصفحة 07		1.1 تحليل العلامة
الصفحة 08		1.2 مفهوم ومفلسفة العلامة
الصفحة 09		1.3 المساحة الخالية
الصفحة 10		1.4 الحد الأدنى للعلامة
الصفحة 11		1.5 موضع العلامة
الصفحة 12		1.6 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)
الصفحة 13		1.7 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)
الصفحة 14		1.8 إصدارات العلامة القياسية

## • علامة هدف

الصفحة 15		1.9 علامة هدف
الصفحة 16		1.10 المخطط العام
الصفحة 17		1.11 المساحة الخالية
الصفحة 18		1.12 الحد الأدنى للعلامة
الصفحة 19		1.13 علامات الركائز
الصفحة 23		1.14 موضع العلامة
الصفحة 24		1.15 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)
الصفحة 25		1.16 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)
الصفحة 26		1.17 إصدارات العلامة القياسية
الصفحة 27		1.18 استخدام العلامة مع علامة الصندوق

## القسم الثاني (الحروف الطباعية)

## • الخطوط الطباعية وأنواعها

الصفحة 29		2.1 الخطوط الطباعية
الصفحة 30		2.2 أوزان الخطوط

## القسم الثالث (الألوان)

## • ألوان العلامة والهوية البصرية

الصفحة 32		3.1 الألوان الأساسية
الصفحة 33		3.2 الألوان الأساسية (الدرجات اللونية)
الصفحة 34		3.3 دلالات الألوان
الصفحة 35		3.4 الألوان الثانوية
الصفحة 36		3.5 الألوان الثانوية (الدرجات اللونية)
الصفحة 37		3.6 تناسق الألوان (الأساسية - الثانوية)

## القسم الرابع (الهوية الأساسية)

## • مبادئ الهوية الأساسية

الصفحة 39		4.1 وصف نبذة الصوت الاتصالية العامة
الصفحة 40		4.2 مفاهيم نبذة الصوت
الصفحة 45		4.3 معايير نبذة الصوت
الصفحة 46		4.4 نبذة الصوت الاستخدامات الصحيحة والخاطئة
الصفحة 47		4.5 أماكن وضع العلامة على الصور
الصفحة 49		4.6 التصوير الفوتوغرافي والصور
الصفحة 51		4.7 الأيقونات
الصفحة 53		4.8 مفهوم النمط
الصفحة 54		4.9 أنواع النمط
الصفحة 58		4.10 بعض استخدامات النمط الصحيحة
الصفحة 59		4.11 بعض استخدامات النمط الخاطئة
الصفحة 60		4.12 البيئة الداخلية (للمقر الرئيسي)
الصفحة 65		4.13 البيئة الداخلية (هدف) للفروع
الصفحة 68		4.14 البيئة الداخلية (هدف) للمراكز مع المشغلين

## القسم الخامس (توظيف العلامة)

## • علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

الصفحة 71		5.1 الشراكات التنوع في الهيكلية
الصفحة 72		5.2 الشراكات الاستثنائية
الصفحة 73		5.3 المواد التسويقية قالب الصفحة العمودية والأفقية
الصفحة 74		5.4 المواد التسويقية القوالب غير القياسية للصفحة

## • علامة هدف

الصفحة 75		5.5 الشراكات التنوع في الهيكلية
الصفحة 76		5.6 الشراكات الاستثنائية
الصفحة 77		5.7 المواد التسويقية قالب الصفحة العمودية
الصفحة 78		5.8 المواد التسويقية قالب الصفحة الأفقية
الصفحة 79		5.9 المواد التسويقية قالب الصفحة الطولية
الصفحة 80		5.10 المواد التسويقية القوالب غير القياسية للصفحة

## القسم السادس (الهوية البصرية)

## • علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

الصفحة 82		6.1 الهوية البصرية
الصفحة 99		6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

## • علامة هدف

الصفحة 107		6.3 الهوية البصرية
الصفحة 124		6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

## القسم السابع (العناصر الإعلانية)

الصفحة 136		7.1 العناصر الإعلانية
------------	--	-----------------------

## القسم الثامن (الزي الموحد)

الصفحة 141		8.1 الزي الموحد
------------	--	-----------------

## القسم التاسع (ملصقات المركبات)

الصفحة 151		9.1 الزي الموحد
------------	--	-----------------

## القسم العاشر (الهدايا الدعائية)

الصفحة 158		10.1 الهدايا الدعائية
------------	--	-----------------------

## الخاتمة

الصفحة 168		الخاتمة
------------	--	---------

# القسم الأول

# 01

## أساسيات العلامة

### علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

1.1 تحليل العلامة

1.2 مفهوم وفلسفة العلامة

1.3 المساحة الخالية

1.4 الحد الأدنى للعلامة

1.5 موضع العلامة

1.6 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)

1.7 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)

1.8 إصدارات العلامة القياسية

### علامة هدف

1.9 علامة هدف

1.10 المخطط العام

1.11 المساحة الخالية

1.12 الحد الأدنى للعلامة

1.13 علامات الركائز

1.14 موضع العلامة

1.15 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (X)

1.16 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)

1.17 إصدارات العلامة القياسية

1.18 استخدام العلامة مع علامة الصندوق

## 1.1 تحليل العلامة

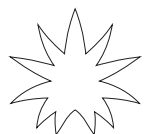


تُعَدُّ علامة صندوق تنمية الموارد البشرية من العوامل الرئيسية التي تمثل مبادرتنا وفريقنا وهويتنا أمام العالم.

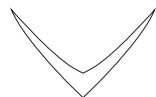
إنها واحدة من الأصول القيمة للمنشآت التي ينبغي الاحتفاظ بها واستخدامها بالطريقة الصحيحة والمعتمدة. تلعب العلامة الخاصة بنا دوراً أساسياً في تعريفنا البصري وتضمن وجودنا القوي في السوق وتمثل شراكاتنا وموظفينا وحضورنا الدائم في العالم.

ومن خلال الاستفادة الكاملة من العلامة الخاصة بنا، يمكن لصندوق تنمية الموارد البشرية تعزيز الإدراك العام حول قيمنا ومبادئنا والمساهمة بشكل فعال في بناء علاقاتنا التجارية والشراكات. وبالتالي، فإن الحفاظ على هذه العلامة يعد أمراً بالغ الأهمية لنجاحنا واستمرارنا في تقديم خدماتنا المتميزة.

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



+



+



+



صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



## 1.2 مفهوم وفلسفة العلامة

تعد علامة صندوق تنمية الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية من العلامات الفريدة والاحترافية التي تحمل دلالات عميقة ومتعددة الأوجه. تم تصميم هذه العلامة بعناية فائقة من العناصر الرمزية التي تمثل قيم الأصالة والكرم والحزم والقوة والتركيز على المستقبل.

تزين العلامة النخلة التي ترمز للكرم والأصالة، والسيفين اللذان يرمزان للحزم والقوة، والدائرة والتي ترمز للمركزية والعالمية، والعين والتي ترمز للرؤية والتطلع إلى المستقبل الزاهر.

تجسد هذه العلامة رسالة صندوق تنمية الموارد البشرية في دعم وتمكين العمل الإنساني وتحفيز النمو الاقتصادي والاجتماعي في المملكة العربية السعودية، وتعكس قيم الجودة والتميز والتطوير المستمر في العمل. إنها علامة ترمز إلى التزام الصندوق بتطوير الموارد البشرية والعمل على تطوير القدرات والمهارات لدى الشباب والعاملين، وتوفير الفرص الواسعة للتدريب والتطوير المهني.



### 1.3 المساحة الخالية

لضمان الصدارة والوضوح، يجب أن تكون العلامة محاطة دائماً بمساحة لا تقل عن مساحة واضحة. يجب ألا يتدخل أي شيء في هذه المنطقة، مثل جهاز رسومي أو صور أو كتابة. ويستند بناء المساحة الواضحة على المساحة الممثلة برمز "الدائرة" الموجودة بالعلامة، كما هو موضح بالشكل على اليسار. يظهر الحد الموصى به للمساحة الواضحة في الشكل على اليسار بواسطة المستطيل الذي يحتوي على العلامة.

المستطيل نفسه غير مرئي ولا يطمع، ويمكن اعتماد المساحة الخالية حول العلامة برمز الـ "نصف الدائرة" للضرورة. ملاحظة: المساحة الصافية المعروضة في هذه الصفحة هي الحد الموصى به ويجب زيادتها في جميع التطبيقات حيثما كان ذلك ممكناً.



الشكل (1)



## 1.4 الحد الأدنى للعلامة

تمثل علامة صندوق تنمية الموارد البشرية قوته المرئية بأحجامها المختلفة، الحد الأدنى لحجم العلامة، وحجم العلامة وموضعها على شاشات العرض كما هو موضح في الشكل (1).

## المقاس الأقصى للعلامة

ومع ذلك، فإنه يجب عند استخدام علامة صندوق تنمية الموارد البشرية بأحجام كبيرة جداً (يزيد عرضها عن 3 قدم)، ستحتاج إلى ضبط حجم وموقع رموز العلامة وتقليص موقعها بحيث تكون مطابقة أقرب ما يمكن لعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية الفعلية، بحيث تكون مقروءة ومماثلة للعلامة المطبوعة بقدر الإمكان.

\* الأحجام المعروضة غير صحيحة فقط لمجرد التوضيح.



## القسم الأول

## أساسيات العلامة

## 1.5 موضع العلامة

المساحة الواضحة لتوظيف العلامة: حاول التأكد من ظهور علامة صندوق تنمية الموارد البشرية في الركن الأيمن العلوي بالألوان الكاملة على خلفية بيضاء. يساعد الموضع المناسب في هذا الموقع لغرض التواصل في بناء الوعي لعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية.

التمركز الأساسي لعلامة الصندوق هو على اليمين في أعلى مساحة التصميم.

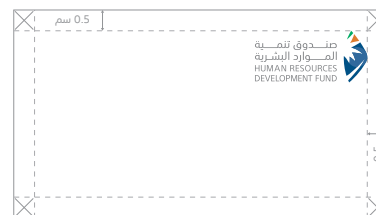
وعلى النماذج اللاتينية يكون موضع العلامة على اليسار في أعلى التصميم.

وعلى بطاقات العمل يكون موضع العلامة على اليمين في أعلى البطاقة.

\* الأبعاد المعروضة غير صحيحة فقط لمجرد التوضيح.

## المسافة حول العلامة

بطاقات العمل مقاس 9 x 5 سم



## المسافة حول العلامة

الأوراق الرسمية مقاس A4

موضع العلامة الرسمي (النسخة العربية)



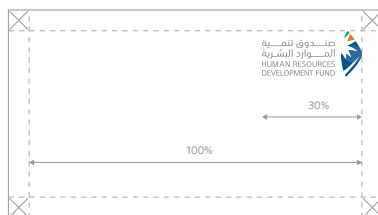
## موضع العلامة

نهاية العروض التقديمية والفيديوهات



## موضع العلامة

حجم العلامة في بعض النماذج 25% - 30% من مساحة التصميم الفعلي



الأوراق الرسمية مقاس A4

موضع العلامة الرسمي (النسخة اللاتينية)



الأوراق الرسمية مقاس A4

موضع العلامة الغير رسمي



صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا تغير لون العلامة أو أي جزء منها)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا تحول العلامة لخطوط أو جزء منها)

المملكة العربية السعودية  
صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا تضيف كلمات إلى أصل العلامة)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا تضغط مقاس العلامة أو تشوهها)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا تقص أي جزء من العلامة)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا تضيف عناصر إضافية إلى العلامة)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(لا يسمح تحريك أي جزء من العلامة  
وإعادة ضبط مواضع أجزائها)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



(عدم إضافة الظلال إلى العلامة أو إلى  
أي جزء منها)

## 1.6 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (x)

من المهم للغاية لنجاح العلامة ول يتم عرض العلامة بالشكل الصحيح، يتضمن ذلك دائماً استخدام الخطوط الصحيحة والموضع النسبي الصحيح وعدم تغير حجم الأجزاء المكونة للعلامة بشكل مفصول. توضح الأمثلة التالية في هذه الصفحة النماذج الغير صحيحة.



## 1.7 بعض الاستخدامات الصحيحة (√)

الطرق الصحيحة لاستخدامات العلامة بالطرق الفنية على اللافتات والمطبوعات وما إلى ذلك.

عند استخدام علامة صندوق تنمية الموارد البشرية، يجب الحرص على استخدامها بكامل ألوانها على خلفية بيضاء، ويمكن استخدامها باللون الأبيض مع استثناء الدائرة الموجودة داخل العلامة والتي يجب أن تكون بنفس لون خلفية العلامة وأن تكون الدائرة شفافة، ويجب أن تكون نسبة شفافية الدائرة 10%، كما يجب أن تكون خلفية العلامة باللون الأزرق. وهذا الاستخدام الرسمي للعلامة عند استخدامها بلون أحادي، يمكن الرجوع إلى قسم النطاق الرسمي لمزيد من المعلومات.

وفي حالات استثنائية، يمكن استخدام الأساليب الموجودة داخل قسم النطاق الضيق، مثل الطباعة بنظام اللون الواحد، أو استخدام العلامة بلون أحادي لحفر العلامة بالليزر على مواد معينة، أو طباعة العلامة على مواد ملونة مثل الكراتين وصاديق التعبئة، يمكن الرجوع إلى قسم النطاق الضيق لمزيد من المعلومات.

## النطاق الرسمي

الدائرة باللون الأزرق (نسبة الشفافية 10%)



العلامة باللون الأبيض والدائرة الموجودة داخل العلامة باللون الأزرق الشفاف، على خلفية أزرق



العلامة بكامل ألوانها على خلفية بيضاء

## النطاق الضيق

الدائرة باللون الأبيض (نسبة الشفافية 10%)



العلامة باللون الأزرق والدائرة الموجودة داخل العلامة باللون الأبيض الشفاف

الدائرة باللون البرتقالي (نسبة الشفافية 10%)



العلامة باللون الأبيض والدائرة الموجودة داخل العلامة باللون البرتقالي الشفاف، على خلفية برتقالي

الدائرة باللون الأخضر (نسبة الشفافية 10%)



العلامة باللون الأبيض والدائرة الموجودة داخل العلامة باللون الأخضر الشفاف، على خلفية أخضر

الدائرة مفرغة من العلامة



العلامة بلون واحد، يتم استخدام هذا الإصدار في حالة الطباعة بلون واحد، أو عند حفر العلامة على المواد

الدائرة باللون الأبيض (نسبة الشفافية 10%)



العلامة باللون الأسود والدائرة الموجودة داخل العلامة باللون الأبيض الشفاف

## 1.8 إصدارات العلامة القياسية

الطرق الصحيحة لاستخدامات العلامة بالطرق الفنية على اللافتات والمطبوعات وما إلى ذلك.

## أمثلة على استخدامات إصدارات العلامة

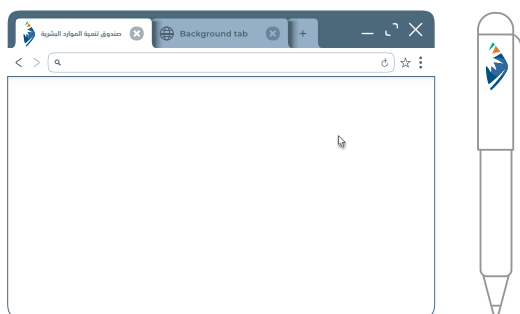
رمز العلامة



الإصدار الرسمي للعلامة

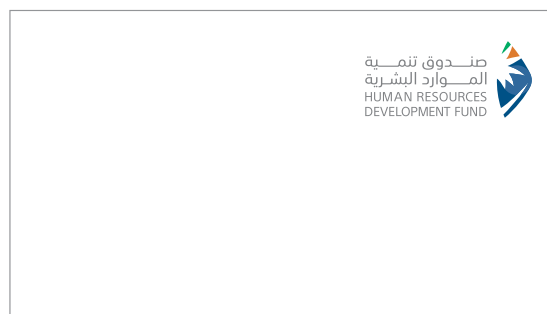


رمز العلامة



الهدايا الدعائية وقوائم الموقع الإلكتروني

الإصدار الرسمي للعلامة



الاستخدامات الرسمية (الهوية البصرية)

## 1.9 علامة هدف

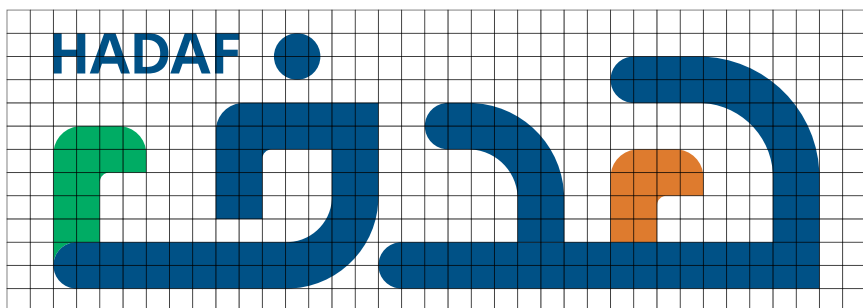
علامة هدف هي عبارة عن علامة تجارية تابعة لصندوق تنمية الموارد البشرية، وتعتبر بمثابة مظلة للخدمات التي يقدمها الصندوق للأفراد والمؤسسات. وتتميز علامة هدف بالشمولية والتنوع، إذ توفر خدماتها لمجموعة واسعة من المستفيدين والمنشآت.

يتم استخدام علامة هدف منفصلة عن علامة الصندوق في النماذج والمراسلات التجارية المباشرة التي يتم توجيهها للمستفيدين والمنشآت. فعلى سبيل المثال، عندما يتعلق الأمر بتقديم الخدمات للحديثي التخرج، الباحثين عن العمل، المنشآت الصغيرة والمتوسطة، الموارد البشرية، الطلاب، الموظفين، ذوي الاحتياجات الخاصة، المدراء التنفيذيين، والعاملين في العمل الحر، يمكن استخدام علامة هدف منفردة عن علامة الصندوق.

تتضمن خدمات علامة هدف تطوير المهارات والكفاءات اللازمة للعمل في سوق العمل، وتوفير التدريب والتأهيل المناسبين للأفراد والمؤسسات، وتوفير فرص العمل والتوظيف، ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتوفير الدعم الفني والاستشارات المتعلقة بالموارد البشرية، والعديد من الخدمات الأخرى التي تهدف إلى تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية.



## 1.10 المخطط العام



من صندوق تنمية الموارد البشرية

يوضح المخطط التفصيلي لعلامة هدف من صندوق تنمية الموارد البشرية بصورة قوية ودقيقة تفاصيل هذه العلامة، حيث يشمل على أبعاد العلامة بشكل كامل وواضح. ومن خلال هذا المخطط التفصيلي، يتم توضيح أجزاء العلامة وعناصرها وحدودها وأطرافها بشكل دقيق، مما يساعد على فهم ارتباط عناصر العلامة ببعضها وتكوينها بشكل دقيق وفعال.

ويمكن القول إن المخطط التفصيلي يعد أداة قوية وفعالة لتوضيح علامة هدف من صندوق تنمية الموارد البشرية، إذ يساعد على فهم الأبعاد المختلفة للعلامة وتوضيح جميع عناصرها بدقة ووضوح. ومن خلال تحليل وتفسير هذه الأبعاد والعناصر، يمكن الوصول إلى فهم أكثر شمولاً للهدف الذي تمثله العلامة وتحقيقه بنجاح، ويساعد في تعزيز فهم الجمهور للهدف الذي تمثله العلامة والمساهمة في تحقيقه بنجاح.



من صندوق تنمية الموارد البشرية



## 1.11 المساحة الخالية

لضمان الصدارة والوضوح، يجب أن تكون العلامة محاطة دائماً بمساحة لا تقل عن مساحة واضحة. يجب ألا يتدخل أي شيء في هذه المنطقة، مثل جهاز رسومي أو صور أو كتابة. ويستند بناء المساحة الواضحة على المساحة الممثلة برمز "مثلث حرف (الهاء)" الموجودة بالعلامة، كما هو موضح بالشكل على اليسار. يظهر الحد الموصى به للمساحة الواضحة في الشكل على اليسار بواسطة المستطيل الذي يحتوي على العلامة.

المستطيل نفسه غير مرئي ولا يطبع، ملاحظة: المساحة الصافية المعروضة في هذه الصفحة هي الحد الموصى به ويجب زيادتها في جميع التطبيقات حيثما كان ذلك ممكناً.

## 1.12 الحد الأدنى للعلامة

تمثل علامة هدف من صندوق تنمية الموارد البشرية قوة المرئية بأحجامها المختلفة، الحد الأدنى لحجم العلامة، وحجم العلامة وموضعها على شاشات العرض كما هو موضح في التالي:

## المقاس الأقصى للعلامة

ومع ذلك، فإنه يجب عند استخدام علامة هدف بأحجام كبيرة جداً (يزيد عرضها عن 3 قدم)، ستحتاج إلى ضبط حجم وموقع رموز العلامة وتقليص موقعها بحيث تكون مطابقة أقرب ما يمكن لعلامة هدف الفعلية، بحيث تكون مقروءة ومماثلة للعلامة المطبوعة بقدر الإمكان.

\* الأبعاد المعروضة غير صحيحة فقط لمجرد التوضيح.



## 1.13 علامات الركائز

**العلامات الفرعية للعلامة التجارية:** العلامة الموجهة للمستخدمين لتقديم جميع الخدمات تحت المرتكزات الثلاثة (تمكين / تدريب / إرشاد) بما يتواءم مع سوق العمل.

تمثل العلامات الفرعية لصندوق تنمية الموارد البشرية هدف (تمكين، تدريب، إرشاد) الركائز الأساسية لتحقيق رؤية الصندوق في تطوير وتنمية موارد العمل السعودية. وتوفر هذه العلامات الإرشاد والتوجيه للمتدربين والمنشأة والمؤسسات التي تسعى لتحسين مستوى مهارات خبرات الكفاءات الوطنية السعودية.

تمكين

HADAF  
هدف

من صندوق تنمية الموارد البشرية

تدريب

HADAF  
هدف

من صندوق تنمية الموارد البشرية

إرشاد

HADAF  
هدف

من صندوق تنمية الموارد البشرية



## 1.13 علامات الركائز

### علامة هدف (تمكين)

علامة هدف (تمكين): تمثل ركيزة تمكين الكفاءات الوطنية السعودية من خلال تمكينهم من المهارات والأدوات اللازمة لزيادة إنتاجيتهم وتطوير قدراتهم في شتى المجالات المختلفة.

وتهدف العلامة إلى تمكين الكفاءات الوطنية السعودية من المعارف والمهارات اللازمة للعمل في بيئة عمل حديثة وتعزيز كفاءتهم وإنتاجيتهم في مجالات مختلفة.





# تدريب

## HADAF هدف

من صندوق تنمية الموارد البشرية

### 1.13 علامات الركائز

#### علامة هدف (تدريب)

علامة هدف (تدريب): تمثل ركيزة التدريب والتعليم للكفاءات الوطنية السعودية من خلال توفير برامج تدريبية وتعليمية عالية الجودة لتنمية قدراتهم ومهاراتهم في مختلف المجالات وتحقيق التميز في العمل.

وتهدف العلامة إلى تعزيز ثقافة التعلم المستمر والتدريب للكفاءات الوطنية السعودية وتمكينهم من الحصول على مهارات جديدة ومعرفة تقنيات حديثة في مجالات مختلفة.





## 1.13 علامات الركائز

## علامة هدف (إرشاد)

علامة هدف (إرشاد): تمثل ركيزة الإرشاد والتوجيه للكفاءات الوطنية السعودية من خلال توفير المعلومات والموارد اللازمة للكفاءات الوطنية السعودية وأصحاب العمل والمؤسسات لمساعدتهم على اتخاذ القرارات الصحيحة في مجالات مختلفة. وتهدف العلامة إلى توفير الدعم الفني والاستشارات.



## 1.14 موضع العلامة

المساحة الواضحة لتوظيف العلامة: حاول التأكد من ظهور علامة هدف في الركن الأيمن العلوي بالألوان الكاملة على خلفية بيضاء. يساعد الموضع المناسب في هذا الموقع لغرض التواصل في بناء الوعي لعلامة هدف.

التمركز الأساسي لعلامة هدف هو على اليمين في أعلى مساحة التصميم.

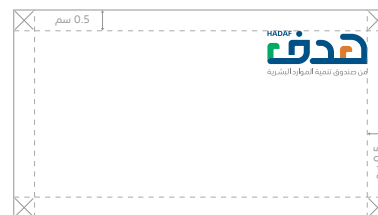
وعلى النماذج اللاتينية يكون موضع العلامة على اليسار في أعلى التصميم.

وعلى بطاقات العمل يكون موضع العلامة على اليمين في أعلى البطاقة.

\* الأبعاد المعروضة غير صحيحة فقط لمجرد التوضيح.

## المسافة حول العلامة

بطاقات العمل مقاس 9 x 5 سم



## المسافة حول العلامة

الأوراق الرسمية مقاس A4

موضع العلامة الرسمي (النسخة العربية)



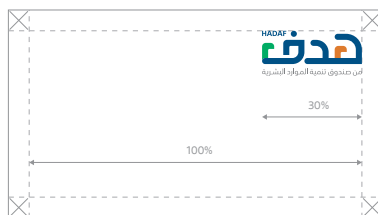
## موضع العلامة

نهاية العروض التقديمية والفيديوهات



## موضع العلامة

حجم العلامة في بعض النماذج 25% - 30% من مساحة التصميم الفعلي



الأوراق الرسمية مقاس A4

موضع العلامة الغير رسمي



الأوراق الرسمية مقاس A4

موضع العلامة الرسمي (النسخة اللاتينية)





## 1.15 بعض الاستخدامات الغير صحيحة (x)

من المهم للغاية لنجاح العلامة وليتم عرض العلامة بالشكل الصحيح، يتضمن ذلك دائماً استخدام الخطوط الصحيحة والموضع النسبي الصحيح وعدم تغير حجم الأجزاء المكونة للعلامة بشكل مفصول. توضح الأمثلة التالية في هذه الصفحة النماذج الغير صحيحة.

## النطاق رسمي



العلامة باللون الأبيض على خلفية أزرق



العلامة بكامل ألوانها على خلفية بيضاء

## النطاق الضيق



العلامة باللون الأبيض على خلفية برتقالي



العلامة باللون الأزرق على خلفية بيضاء



العلامة باللون الأبيض على خلفية أخضر



العلامة باللون الأسود على خلفية بيضاء

## 1.16 بعض الاستخدامات الصحيحة (✓)

الطرق الصحيحة لاستخدامات العلامة بالطرق الفنية على اللافتات والمطبوعات وما إلى ذلك.

عند استخدام علامة هدف، يجب الحرص على استخدامها بكامل ألوانها على خلفية بيضاء، ويمكن استخدامها باللون الأبيض على خلفية باللون الأزرق. يمكن الرجوع إلى قسم النطاق الرسمي لمزيد من المعلومات.

وفي حالات استثنائية، يمكن استخدام الأساليب الموجودة داخل قسم النطاق الضيق، مثل الطباعة بنظام اللون الواحد، أو استخدام العلامة أحادية اللون لحفر العلامة بالليزر على مواد معينة، أو طباعة العلامة على مواد ملونة مثل الكراتين وصناديق التعبئة.

الإصدار عربي - إنجليزي للعلامة



رمز العلامة



الإصدار الرسمي للعلامة



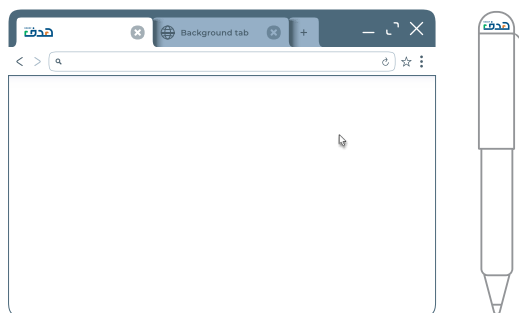
## 1.17 إصدارات العلامة القياسية

الطرق الصحيحة لاستخدامات العلامة بالطرق الفنية على اللافتات والمطبوعات وما إلى ذلك.

1

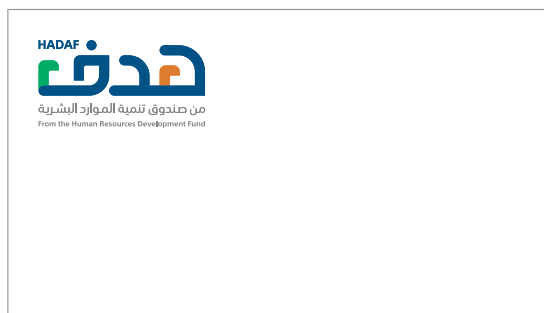
## أمثلة على استخدامات إصدارات العلامة

رمز العلامة



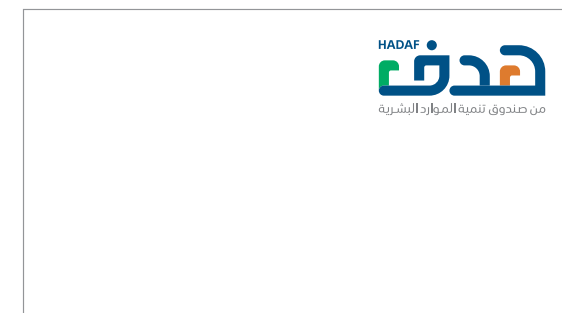
الهدايا الدعائية وقوائم الموقع الإلكتروني

الإصدار الإنجليزي



الاستخدامات الرسمية (الهوية البصرية)

الإصدار الرسمي



الاستخدامات الرسمية (الهوية البصرية)

## القسم الأول

## أساسيات العلامة

## موضع العلامات

الأوراق الرسمية مقاس A4



## موضع العلامات

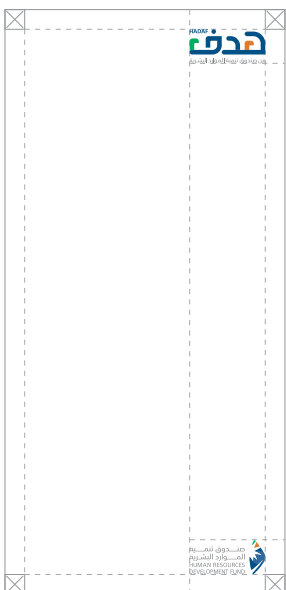
بطاقات العمل مقاس 9 x 5 سم



## نطاق ضيق

## موضع العلامات

نموذج التصاميم الطولية



## موضع العلامات

نموذج المراسلات



نموذج المراسلات (اللاتيني)



## 1.18 استخدام العلامة مع علامة الصندوق

تتضمن الضوابط لاستخدام علامة هدف وعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية في نفس التصميم ما يلي:

1- يجب أن تظهر علامة هدف في الجهة اليمنى من أعلى النموذج وعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية مقابلها في أسفل النموذج، ويمكن في بعض النماذج وضع علامة هدف في الأعلى في الجهة اليمنى ووضع علامة الصندوق في المقابل بالجهة اليسرى، مع ترك مساحة خالية بين العلامتين لضمان ظهور العلامتين بشكل واضح وصحيح.

2- يجب أن يكون مقاس العلامتين موحداً من حيث العرض، حتى يتم الحفاظ على التناسق في التصميم.

3- يجب استخدام العلامتين معاً في الحالات التي تتطلب ذلك فقط، ويجب الامتناع عن استخدامهما معاً في الحالات التي لا تحتاج إلى ذلك.

4- يجب الامتناع عن تعديل الشكل أو الألوان لأي من العلامتين، حتى يتم الحفاظ على الهوية البصرية لكل منهما.

5- يجب توخي الحذر عند استخدام العلامتين معاً في تصاميم مطبوعة أو رقمية، لضمان أن يكون حجم كل منهما واضحاً وسهل القراءة والاستخدام.

ويجب أن يتم اتباع هذه الضوابط عند استخدام علامة هدف وعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية معاً في نفس التصميم، لضمان أن يتم استخدام العلامتين بشكل صحيح وفعال في جميع الحالات.

# القسم الثاني

# 02

## الحروف الطباعية

2.1 الخطوط الطباعية

2.2 أوزان الخطوط



ا ب ت ث ج ح خ د  
ذ ر ز س ش ص ض  
ط ظ ع غ ف ق ك ل  
م ن ه و ي ء ؤ ئ

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z

٠ ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

ı " ¶ ¤ [ ] | { } # ı '

« € ® ™ † ‡ / ø • ± '

æ œ @ © , ~ ^ å ¥ ç

~ μ ... - < > % ‡ Ω ¶ ~ > <

## 2.1 الخطوط الطباعية

خطوط الطباعة والتطبيقات الرقمية للغة العربية  
واللغة اللاتينية

اسم الخط:

**SST Arabic**

يتميز الخط الذي نستخدمه بأنه يتمتع بطابع رسمي يتميز بالبساطة، كما أن شكله عملي وحديث يجعله سهل الاستخدام والقراءة. يعد هذا الخط أحد العناصر الهامة في هويتنا البصرية، حيث يسهم في تحقيق التميز والتفرد، كما يعد وسيلة فعالة لتعزيز وتعريف هويتنا بشكل أفضل.

لذلك، يتم الاهتمام بتطوير وتحديث هذا الخط بشكل دوري للحفاظ على جاذبيته وتوافقه مع المتغيرات الحديثة في التصميم والثقافة المرئية.

## 2.2 أوزان الخطوط

## العناوين الرئيسية

**وجهتك الأولى لتحقيق هدفك!**

هذا النص هو مثال لعرض شكل الخط

**SST Arabic - Bold**

## العناوين الفرعية

**وجهتك الأولى لتحقيق هدفك!**

هذا النص هو مثال لعرض شكل الخط

**SST Arabic - Medium**

## النصوص

**وجهتك الأولى لتحقيق هدفك!**

هذا النص هو مثال لعرض شكل الخط

**SST Arabic - Roman**

يتضمن عرض جميع أوزان الخطوط المستخدمة في الهوية البصرية، الخط العربي والإنجليزي، يتوفر أربعة أوزان مختلفة وهي: القياسي، الوسط، والعريض.

ومن الضروري أخذ الاعتبار في تصميم النصوص باستخدام هذه الخطوط، المسافة المثالية بين الأسطر لضمان تناسق الخط مع حجمه وسهولة قراءته.

ويجب أن تتم مراعاة هذه العوامل في تصميم النصوص، حتى يتم إنشاء هوية بصرية متجانسة وجذابة ومقروءة بشكل جيد.

ولضمان جودة الهوية البصرية وتماشيا مع المعايير الدولية في مجال التصميم، يجب الانتباه إلى تحديث الخطوط بشكل دوري وتطويرها لتلبية احتياجات المشروعات الجديدة ومتطلبات العصر الحديث.

# القسم الثالث

# 03

## الألوان

3.1 الألوان الأساسية

3.2 الألوان الأساسية (التدرجات اللونية)

3.3 دلالات الألوان

3.4 الألوان الثانوية

3.5 الألوان الثانوية (التدرجات اللونية)

3.6 تناسق الألوان (الأساسية - الثانوية)

## الألوان

## القسم الثالث

## الأزرق الفاتح

Pantone: P 107-13 C  
 CMYK: 074c | 039m | 000y | 027k  
 RGB: 050 | 106 | 157  
 Web: #326a9d

## الأزرق

Pantone: 653 C  
 CMYK: 095c | 047m | 000y | 037k  
 RGB: 000 | 081 | 135  
 Web: #005187

## البرتقالي

Pantone: 7413 C  
 CMYK: 000c | 057m | 090y | 010k  
 RGB: 223 | 124 | 046  
 Web: #df7c2e

## الأخضر

Pantone: 3405 C  
 CMYK: 089c | 000m | 084y | 000k  
 RGB: 000 | 172 | 101  
 Web: #00ac65

## الرمادي

Pantone: 877 C  
 CMYK: 000c | 000m | 000y | 060k  
 RGB: 128 | 130 | 133  
 Web: #808285

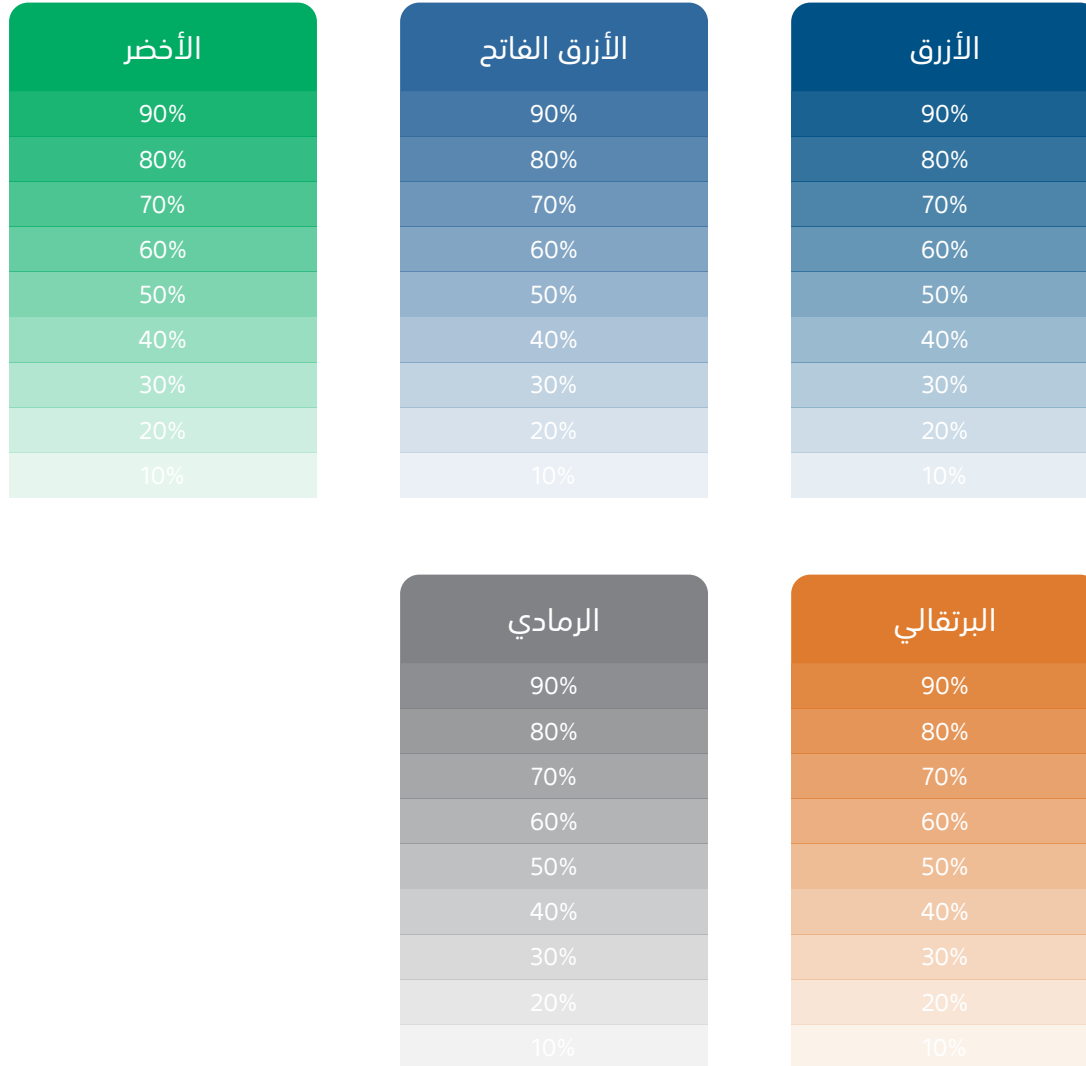
## 3.1 الألوان الأساسية

لقد تم انتقاء الألوان الأساسية لعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية بعناية فائقة، والتي سوف تعطي نظرة استثنائية للعلامة، ولتمثل هوية العلامة إلى وسائل الإعلام والإعلان ذات الصلة. يمكنك اختيار الألوان الأساسية كلون أساسي في التصميم الخاص بك. تم تعيين خمسة ألوان أساسية لتمثيل العلامة.

يتم استخدام الألوان الأساسية في كافة التصميم الخاصة بهوية الصندوق.

## القسم الثالث

## الألوان



## 3.2 الألوان الأساسية (التدرجات اللونية)

تعتبر الألوان الأساسية لأي هوية بصرية من أهم العناصر التي تميزها وتجعلها مميزة ومتميزة في الذهن البصرية للناس. وتتميز ألوان الهوية البصرية لصندوق تنمية الموارد البشرية بأنها مختارة بعناية فائقة لتعبر عن شخصية الصندوق ومبادئه ورؤيته وتهدف إلى إيصال رسالته وهويته بشكل فعال إلى المجتمع المستهدف. وتمثل الألوان الأساسية لهذه الهوية عنصراً أساسياً في تصميم الشعارات والمواد الإعلانية والتسويقية والمطبوعات وغيرها من الوسائل التي تعبر عن الهوية بشكل عام.

يتم استخدام الألوان الأساسية في كافة التصميم الخاصة بهوية الصندوق.

## القسم الثالث

## الألوان

## 3.3 دلالات الألوان

يعكس استخدام الألوان في علامة صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) نشاطها ومهمتها في تنمية وتطوير الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية. وفي هذا القسم نوضح دلالة الألوان في علامة الصندوق.

بشكل عام، تتمثل رؤية الصندوق في تنمية وتعزيز الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية وبناء مستقبل أفضل للوطن، وتعكس الألوان في العلامة التجارية هذه الرؤية والتزام الصندوق بها.

يتم استخدام الألوان الأساسية في كافة التصاميم الخاصة بهوية الصندوق.

**الأزرق:** يعبر عن الثقة والاستقرار والحكمة، مما يعكس رؤية الصندوق في بناء القدرات وتمكين الموارد البشرية في المملكة.

**الأزرق الفاتح:** يعبر عن الصفاء والنقاء، وهو يعكس الرؤية الطموحة والمستقبلية للصندوق في تنمية الموارد البشرية.

**الأخضر:** يعبر عن النمو والتطوير والازدهار، وهو يشير إلى رؤية الصندوق في تنمية المهارات والقدرات البشرية وتعزيز الاقتصاد السعودي.

**البرتقالي:** يعبر عن الحماس والحيوية والطاقة، ويعكس الرؤية الجريئة والعصرية للصندوق في تطوير الموارد البشرية وتمكينها.

**الرمادي:** يعبر عن الاحترام والاعتمادية والأمان، ويشير إلى الثقة التي يتمتع بها الصندوق كمؤسسة حكومية موثوقة وموجودة في المملكة.

## 3.4 الألوان الثانوية

## المزيد من الألوان مع تحليل أكثر تفصيلاً

وتم اختيار هذه الألوان بعناية لتناسب مع الألوان الأساسية للهوية البصرية لل صندوق وتعكس قيمه ورؤيته ومهمته.

اللون الفيروزي يمثل الطموح والابتكار، ويتناغم تمامًا مع الألوان الأساسية لل صندوق. ويعد الأزرق الهادئ من أهم الألوان الهادئة والتي تعكس الاستقرار والثقة والسلامة، ويستخدم عادة لتوفير شعور بالاستقرار والهدوء في بيئة العمل الداخلية. وأما اللون البرتقالي المصفر فيعكس الحيوية والنشاط والحركة والابتهاج، ويتم استخدامه عادة لإضفاء جو من الحيوية والحماس في بيئة العمل.

تم اختيار الألوان الثانوية للهوية البصرية ل صندوق تنمية الموارد البشرية بعناية لضمان تناسبها مع الألوان الأساسية والمساهمة في إنشاء بيئة عمل جذابة ومحفزة للإنتاجية والإبداعية.

أزرق هادئ

فيروزي

CMYK: 050c | 009m | 000y | 000k  
 RGB: 116 | 192 | 235  
 Web: #74c0eb

CMYK: 065c | 000m | 032y | 000k  
 RGB: 071 | 192 | 187  
 Web: #47c0bb

برتقالي أصفر

CMYK: 000c | 033m | 100y | 000k  
 RGB: 252 | 179 | 022  
 Web: #fcb316

أزرق هادئ	فيروزي	برتقالي أصفر
90%	90%	90%
80%	80%	80%
70%	70%	70%
60%	60%	60%
50%	50%	50%
40%	40%	40%
30%	30%	30%
20%	20%	20%
10%	10%	10%

### 3.5 الألوان الثانوية (التدرجات اللونية)

الألوان الثانوية مكملة للألوان الرسمية، ولكنها ليست معرفات يمكن التعرف عليها لعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية.

يتم استخدام الألوان الثانوية في هوية صندوق تنمية الموارد البشرية، عند الحاجة لإضافة ألوان أخرى عن الألوان الأساسية لتصميم الهوية.

سيتم استخدام الألوان الثانوية في أقل من 10 بالمائة من الألوان الأساسية في التصميم الواحد قدر الإمكان.



## الألوان

## القسم الثالث

## 3.6 تناسق الألوان (الأساسية - الثانوية)

تمثل الألوان دورًا هامًا في تصميم العلامة التجارية والهوية البصرية للصدوق، إذ تعكس الألوان الخصائص الأساسية للصدوق وتساعد في تعزيز الاتصال مع الجمهور المستهدف. في قسم الألوان الرئيسية مع الألوان الثانوية، قمنا بجمع الألوان الرئيسية والثانوية في لوح ألوان واحد، وذلك لتوضيح تناسق الألوان وتأكيد تمييز علامة للصدوق. يحتوي اللوح على خمسة ألوان رئيسية وستة ألوان ثانوية تم اختيارها بعناية لتمثيل صورة متكاملة واضحة عن الهوية البصرية للصدوق. تم تصميم الألوان بشكل متناسق ومتوافق مع بعضها البعض لخلق تأثير بصري متكامل وجميل يجذب العين وينعكس إيجابًا على العلامة التجارية للصدوق.



## القسم الرابع

# 04

## الهوية الأساسية

- 4.1 وصف نبرة الصوت الاتصالية العامة
- 4.2 مفاهيم نبرة الصوت
- 4.3 معايير نبرة الصوت
- 4.4 نبرة الصوت الاستخدامات الصحيحة والخاطئة
- 4.5 أماكن وضع العلامة على الصور
- 4.6 التصوير الفوتوغرافي والصور
- 4.7 الأيقونات
- 4.8 مفهوم النمط
- 4.9 أنواع النمط
- 4.10 بعض استخدامات النمط الصحيحة
- 4.11 بعض استخدامات النمط الخاطئة
- 4.12 البيئة الداخلية (للمقر الرئيسي)
- 4.13 البيئة الداخلية (هدف) للفروع
- 4.14 البيئة الداخلية (هدف) للمراكز مع المشغلين

## شخصية العلامة للمنظومة



خبير  
مرشد  
مرن

تقني  
ودي  
شاب

محترف  
حازم  
مبادر

## 4.1 وصف نبرة الصوت الاتصالية العامة

تتمثل نبرة صوت العلامة لصندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) في التعبير عن قيم الصندوق ورسالاته المتمثلة في تنمية الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية. وتم اختيار نبرة الصوت الاتصالية العامة بعناية فائقة، لتلائم جمهور الصندوق وتعكس قيم الاحترام والثقة والاحترافية. يتميز صندوق تنمية الموارد البشرية بأنه يوفر فرقاً تدريبية وتطويرية للمواطنين والمقيمين في المملكة، ويهدف إلى رفع كفاءة القوى العاملة وتطوير الموارد البشرية في البلاد، ويعكس ذلك الأهمية الكبيرة التي يوليها الصندوق لتطوير الموارد البشرية في المملكة. تماشياً مع نتائج البحث ومن ثم استراتيجية العلامة، يتوجب تطوير الشخصية إلى نبرة صوت مناسبة لجمهور العلامتين.

## النبرة العامة للصندوق

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



خبير حازم مبادر

لغة الخطاب (مؤسسية)

## النبرة العامة لهدف

HADAF  
هدف  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

مرشد محترف مرن

لغة الخطاب قريبة من  
المستفيدين / المنشآت

## 4.2 مفاهيم نبرة الصوت

### كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟

#### 1- اختر الكلمات والعبارات بحرص

ينبغي الانتباه إلى اختيار الكلمات والعبارات المناسبة والمحترفة، وتجنب اللغة العامية أو الألفاظ الغير مهذبة، وذلك لضمان الحفاظ على صورة الشخصية والهوية المؤسسية المرغوبة.

#### 2- استخدم النبرة الصوتية المناسبة

يجب الاهتمام بتحديد النبرة الصوتية المناسبة للغرض المراد الوصول إليه، سواء كان ذلك التعبير عن الحماس أو الرسمية، وذلك لتحقيق النبرة الصوتية المطلوبة والمتناسبة مع هوية ورؤية الجهة المعنية.

#### 3- استخدم لغة تحفيزية

استخدم عبارات تحفيزية تشجع المتلقي على المشاركة والاستمتاع بالفعاليات التي تقدمها الصندوق.

#### 4- تحافظ على مستوى الاحترافية

يجب أن تكون النبرة الصوتية متحضرة وتعكس المستوى الاحترافي لصندوق تنمية الموارد البشرية وهوية العلامة التجارية للصندوق.

يعتبر صوت المتحدث أحد العوامل الأساسية في تأثير الخطاب وتأثيره على الجمهور. ولذلك، يحرص صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) على اختيار معايير النبرة الصوتية التي تتناسب مع هويته ومفاهيمه. فالصندوق يسعى إلى استخدام النبرة الصوتية المشجعة والمحفزة التي تعزز الحماس والإثارة لدى الجمهور، بالإضافة إلى النبرة الثقافية التي تعكس تنوع الثقافات والتعبيرات الصوتية.

وتعتمد معايير النبرة الصوتية التي يستخدمها صندوق تنمية الموارد البشرية على الوضوح والتعبير الواضح، وتجنب اللغة المعقدة أو الصعبة التي يصعب على الجمهور فهمها. ويهدف الصندوق إلى استخدام اللغة البسيطة والمفهومة من الجميع، بالإضافة إلى الاعتماد على اللغة الجماعية والاستخدام الصحيح للصياغة لإيصال المعنى بشكل واضح ومفهوم للجمهور. وبهذه الطريقة، يمكن للصندوق تحقيق أهداف التواصل بنجاح وتحفيز الفئات المستهدفة للحضور والمشاركة بشكل إيجابي.

## 4.2 مفاهيم نبذة الصوت

يعتبر صوت المتحدث أحد العوامل الأساسية في تأثير الخطاب وتأثيره على الجمهور. ولذلك، يحرص صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) على اختيار معايير النبذة الصوتية التي تتناسب مع هويته ومفاهيمه. فالصندوق يسعى إلى استخدام النبذة الصوتية المشجعة والمحفزة التي تعزز الحماس والإثارة لدى الجمهور، بالإضافة إلى النبذة الثقافية التي تعكس تنوع الثقافات والتعبيرات الصوتية.

وتعتمد معايير النبذة الصوتية التي يستخدمها صندوق تنمية الموارد البشرية على الوضوح والتعبير الواضح، وتجنب اللغة المعقدة أو الصعبة التي يصعب على الجمهور فهمها. ويهدف الصندوق إلى استخدام اللغة البسيطة والمفهومة من الجميع، بالإضافة إلى الاعتماد على اللغة الجماعية والاستخدام الصحيح للصياغة لإيصال المعنى بشكل واضح ومفهوم للجمهور. وبهذه الطريقة، يمكن للصندوق تحقيق أهداف التواصل بنجاح وتحفيز الفئات المستهدفة للحضور والمشاركة بشكل إيجابي.

## كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟

### 5- استخدم الأسلوب الحماسي

يجب عليك أن تعرف الجمهور على الفوائد المتعددة التي يمكنهم الحصول عليها من خلال المشاركة في الفعاليات، وتحفيزهم على اتخاذ الإجراءات اللازمة للحضور والاستفادة منها.

### 6- استخدم الكلمات الإيجابية

يمكنك استخدام الكلمات الإيجابية والتشجيعية لتحفيز الجمهور على الحضور والمشاركة، وهذا سيؤدي إلى إيجاد جو مفعم بالحماس والنشاط.

### 7- النبذة المتنوعة والمثيرة

تعكس نبذة الصوت الخاصة بصندوق تنمية الموارد البشرية تنوع الخيارات والخدمات التي يتم تقديمها، ويجب أن تعكس النبذة هذا التنوع والإثارة.

### 8- استخدم الأسلوب التفاعلي

يجب عليك تفعيل الجمهور وتحفيزهم على المشاركة والتفاعل، وذلك عبر طرح الأسئلة والتفاعل مع التعليقات والاستفسارات.

## 4.2 مفاهيم نبرة الصوت

يعتبر صوت المتحدث أحد العوامل الأساسية في تأثير الخطاب وتأثيره على الجمهور. ولذلك، يحرص صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) على اختيار معايير النبرة الصوتية التي تتناسب مع هويته ومفاهيمه. فالصندوق يسعى إلى استخدام النبرة الصوتية المشجعة والمحفزة التي تعزز الحماس والإثارة لدى الجمهور، بالإضافة إلى النبرة الثقافية التي تعكس تنوع الثقافات والتعبيرات الصوتية.

وتعتمد معايير النبرة الصوتية التي يستخدمها صندوق تنمية الموارد البشرية على الوضوح والتعبير الواضح، وتجنب اللغة المعقدة أو الصعبة التي يصعب على الجمهور فهمها. ويهدف الصندوق إلى استخدام اللغة البسيطة والمفهومة من الجميع، بالإضافة إلى الاعتماد على اللغة الجماعية والاستخدام الصحيح للصياغة لإيصال المعنى بشكل واضح ومفهوم للجمهور. وبهذه الطريقة، يمكن للصندوق تحقيق أهداف التواصل بنجاح وتحفيز الفئات المستهدفة للحضور والمشاركة بشكل إيجابي.

## كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟

### 9- تحدّث بلغة الجمهور

اختر اللغة المناسبة لتحقيق هدف التواصل، وتحفيز تفاعل الفئة المستهدفة.

### 10- التواصل المحلي والعالمي

نحن نؤمن بأهمية الثقافة المحلية والعالمية في تطوير المجتمعات وتعزيز التنمية. لذا، نحرص على تعكس هذه القيم في جميع جوانب عملنا وتواصلنا.

### 11- تحقيق التواصل الفعّال

تعكس نبرة الصوت الخاصة بصندوق تنمية الموارد البشرية تنوع الخيارات والخدمات التي يتم تقديمها، ويجب أن تعكس النبرة هذا التنوع والإثارة.

### 12- استخدم الأسلوب التفاعلي

يجب عليك تفعيل الجمهور وتحفيزهم على المشاركة والتفاعل، وذلك عبر طرح الأسئلة والتفاعل مع التعليقات والاستفسارات.

## 4.2 مفاهيم نبرة الصوت

### كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟

#### 13- الشفافية

تتمثل في القدرة على توضيح الأهداف والرؤية والخطط بوضوح وصراحة للجمهور والمستفيدين والشركاء المهتمين.

#### 14- الاحترام

يتضمن احترام الجمهور والمستفيدين والشركاء والموظفين والعمل على تعزيز الثقة بينهم، والاستماع لآرائهم وملاحظاتهم.

#### 15- الجودة

يمثل التزام الصندوق بتقديم الخدمات والبرامج عالية الجودة والفعالة والمنتجة للنتائج الملموسة.

#### 16- الابتكار

تعني العمل على تطوير البرامج والخدمات الجديدة وتبني الطول الإبداعية والمستدامة لتلبية احتياجات الموارد البشرية بطريقة مبتكرة ومتجددة.

يعتبر صوت المتحدث أحد العوامل الأساسية في تأثير الخطاب وتأثيره على الجمهور. ولذلك، يحرص صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) على اختيار معايير النبرة الصوتية التي تتناسب مع هويته ومفاهيمه. فالصندوق يسعى إلى استخدام النبرة الصوتية المشجعة والمحفزة التي تعزز الحماس والإثارة لدى الجمهور، بالإضافة إلى النبرة الثقافية التي تعكس تنوع الثقافات والتعبيرات الصوتية.

وتعتمد معايير النبرة الصوتية التي يستخدمها صندوق تنمية الموارد البشرية على الوضوح والتعبير الواضح، وتجنب اللغة المعقدة أو الصعبة التي يصعب على الجمهور فهمها. ويهدف الصندوق إلى استخدام اللغة البسيطة والمفهومة من الجميع، بالإضافة إلى الاعتماد على اللغة الجماعية والاستخدام الصحيح للصياغة لإيصال المعنى بشكل واضح ومفهوم للجمهور. وبهذه الطريقة، يمكن للصندوق تحقيق أهداف التواصل بنجاح وتحفيز الفئات المستهدفة للحضور والمشاركة بشكل إيجابي.

## 4.2 مفاهيم نبذة الصوت

يعتبر صوت المتحدث أحد العوامل الأساسية في تأثير الخطاب وتأثيره على الجمهور. ولذلك، يحرص صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) على اختيار معايير النبذة الصوتية التي تتناسب مع هويته ومفاهيمه. فالصندوق يسعى إلى استخدام النبذة الصوتية المشجعة والمحفزة التي تعزز الحماس والإثارة لدى الجمهور، بالإضافة إلى النبذة الثقافية التي تعكس تنوع الثقافات والتعبيرات الصوتية.

وتعتمد معايير النبذة الصوتية التي يستخدمها صندوق تنمية الموارد البشرية على الوضوح والتعبير الواضح، وتجنب اللغة المعقدة أو الصعبة التي يصعب على الجمهور فهمها. ويهدف الصندوق إلى استخدام اللغة البسيطة والمفهومة من الجميع، بالإضافة إلى الاعتماد على اللغة الجماعية والاستخدام الصحيح للصياغة لإيصال المعنى بشكل واضح ومفهوم للجمهور. وبهذه الطريقة، يمكن للصندوق تحقيق أهداف التواصل بنجاح وتحفيز الفئات المستهدفة للحضور والمشاركة بشكل إيجابي.

## كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟

### 17- التركيز على الإيجابية والحلول

يتطلب النهج الإيجابي تركيزاً على الحلول وتوجيه الانتباه إلى الإيجابيات. وينبغي التحدث عن المشكلات بشكل واضح، كما يجب تركيز النقاش على الحلول والخطط للتغلب على المشكلات.

### 18- استخدام لغة سلسلة وواضحة

ينبغي استخدام لغة سلسلة وواضحة في النبذة الصوتية، والتحدث ببطء وتأكيد المفاهيم الرئيسية. يجب تجنب استخدام المصطلحات التقنية المعقدة والتعبيرات الصعبة.

### 19- استخدام الأمثلة الحية

يمكن استخدام الأمثلة الحية والقصص لإيضاح المفاهيم وتبسيط الفهم. يمكن أن تعزز هذه الأمثلة الحية الاهتمام وتشجع على التفاعل والمشاركة.

### 20- التأكيد على الاستماع والتفاعل

ينبغي التأكيد على أهمية الاستماع والتفاعل مع الجمهور، والتأكد من فهم احتياجاتهم واهتماماتهم وتقديم المعلومات المناسبة والمفيدة. يمكن استخدام الأسئلة والتفاعلات الأخرى لتشجيع الجمهور على التفاعل والمشاركة في الحوار.



### 4.3 معايير نبرة الصوت

#### كيف تعبر عن ذلك في التواصل؟

يتبنى صندوق تنمية الموارد البشرية معايير خاصة لنبرة الصوت في المحتوى الذي يقدمه، حيث تتمثل هذه المعايير في توجيه المحتوى للفئات المستهدفة بأسلوب سلس ومناسب لفهمهم والتفاعل معه. لذلك، يتعين التأكد من أن المحتوى يتوافق مع هذه المعايير وتلبية الأسئلة التالية:

- هل استخدمت النبرة الصوتية الملائمة للتواصل مع الجمهور المستهدف؟
- هل قمت بإيصال المحتوى بشكل واضح ومفهوم للجمهور؟
- هل تحدثت بلغة سهلة وواضحة وتجنبت استخدام المصطلحات الصعبة؟
- هل استخدمت نبرة الصوت الملائمة لنوع المحتوى والفعالية؟
- هل استخدمت البساطة والاسترخاء في النبرة الصوتية وعدم التكلف بها لجعل المحتوى ممتعاً للجمهور؟
- هل تم استخدام النبرة الصوتية لإبراز النقاط الرئيسية للمحتوى وجعلها تأثيرية على الجمهور؟
- هل كانت النبرة الصوتية متناسبة مع رسالة وهدف المحتوى؟
- هل تم الاهتمام بنبرة الصوت وتنويعها لتجنب الروتين وجعل المحتوى أكثر حيوية؟
- هل تم استخدام أسلوب العرض واللغة المناسبة لفهم المحتوى بوضوح وسهولة من قبل الجمهور المستهدف، بما في ذلك الأفراد الذين يبلغون من العمر 13 عامًا؟
- هل تم اختيار موضوع مناسب يلبي اهتمامات الجمهور المستهدف ويناسب الظروف والأحداث الحالية؟

في حال كانت الإجابة "لا" على أي من هذه الأسئلة، يجب على صانع المحتوى إجراء مراجعة شاملة للمحتوى وضمان التوافق مع معايير نبرة الصوت الخاصة بصندوق تنمية الموارد البشرية، وإعادة صياغة المحتوى بطريقة أكثر توافقاً مع تلك المعايير.

## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

4.4 نبرة الصوت  
الاستخدامات الصحيحة والخطئة

تعتبر نبرة الصوت من العناصر الحاسمة في التواصل الفعال، وهي تمثل الطريقة التي يتم بها إيصال الرسالة إلى الجمهور. وتحمل هذه النبرة دلالات مختلفة وتستخدم بأساليب متعددة للتعبير عن مختلف المشاعر والأحاسيس التي يمكن أن يشعر بها الشخص المتحدث أو المستمع.

وتتميز نبرة الصوت الصحيحة بأنها تنقل المعاني المقصودة بشكل دقيق وفعال، مما يساعد على تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور. وتستخدم هذه النبرة بشكل رئيسي في الإعلانات الترويجية والفيديوهات التعريفية، حيث يتم استخدامها للتأكيد على الرسالة المراد إيصالها وجعلها تبدو أكثر جاذبية وإقناعاً للجمهور.

أما النبرة الغير صحيحة، فتتميز بعدم قدرتها على إيصال المعنى المقصود بشكل دقيق، وقد تسبب التباساً في الرسالة وتشويشاً على الجمهور.

وتستخدم هذه النبرة بشكل غير مقصود في بعض الأحيان، مثل عندما يكون المتحدث متوترًا أو غير مرتاح، أو عندما يتحدث بسرعة شديدة، وقد تؤدي هذه الظروف إلى انعكاس سلبي على الصورة العامة للصندوق.

لذلك، يجب على هوية الصندوق الاهتمام بالنبرة الصوتية المستخدمة في جميع الرسائل الصوتية، وضمان استخدام النبرة الصحيحة التي تناسب المحتوى والجمهور المستهدف، وتعزز تواصلًا فعالاً وإيصال الرسالة بشكل دقيق وجذاب للجمهور.

**يسر صندوق تنمية الموارد البشرية** أن يتواصل مع جميع الأفراد والمؤسسات والمنشآت المهتمة بتطوير وتنمية الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية. ونود أن نؤكد على أننا نسعى جاهدين لتحقيق رؤيتنا ورسالتنا في تنمية وتطوير الموارد البشرية في المملكة، وذلك عبر توفير البرامج التدريبية والتأهيلية ودعم المشاريع التنموية.

إن خدماتنا تعكس قيمنا ومبادئنا الراسخة، وتعبّر عن شغفنا بتحقيق الريادة في مجال تنمية الموارد البشرية. ونؤكد على أننا نسعى جاهدين لتقديم خدماتنا بأعلى مستوى من الجودة والاحترافية، وذلك بما يتوافق مع توجهاتنا وأهدافنا في دعم تطوير الموارد البشرية في المملكة.

نحن نؤمن بأن التنمية البشرية هي المحرك الأساسي للنمو والازدهار، ونسعى جاهدين لتحقيق هذا الهدف من خلال تقديم الدعم اللازم للقطاع الخاص والمؤسسات التعليمية والتدريبية.

## استخدم

**نود إعلامكم بأن خدمات صندوق تنمية الموارد البشرية** وبرامجه قد تغيرت بشكل كامل وأصبحت أكثر صرامة وجدية. هذا التغيير يأتي في إطار رؤيتنا الجديدة لتحقيق التميز والإبداع في خدمة الموارد البشرية.

نأمل أن تتأقلموا مع هذا التغييرات الجوهرية في خدماتنا، وأن يتلقى جميع عملائنا ومتابعينا هذا الإعلان بصورة إيجابية ومواكبة لرؤيتنا الجديدة. وتتطلع في صندوق تنمية الموارد البشرية إلى توفير أفضل الخدمات والفرص التي تساعد في تنمية الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية. نحن نسعى جاهدين لتحسين جودة حياة المواطنين والمقيمين عن طريق دعم التدريب والتطوير والتعليم والتوظيف.

يمكنكم زيارة موقعنا الإلكتروني [hrdf.org.sa](http://hrdf.org.sa) لمعرفة المزيد عن خدماتنا وفرص التدريب والتطوير المتاحة. كما يمكنكم التواصل معنا للحصول على مزيد من المعلومات والاستفسارات.

## لا تستخدم

## 4.5 أماكن وضع العلامة على الصور

عندما تكون الصورة مزدحمة بعناصر مختلفة، فإنه من الضروري وضع علامة الصندوق في الجانب الأيمن من الإطار البصري، وذلك على خلفية بيضاء واسعة، لضمان وضوح العلامة وظهورها بشكل لافت. وينبغي أن يتم تكبير حجم المساحة البيضاء المحيطة بالعلامة لتوفير مساحة كافية لعرضها بشكل جيد، حيث يجب أن تكون المساحة البيضاء أكبر من حجم العلامة نفسها. وبهذا يمكن تحقيق توازن بين العناصر المختلفة في الصورة وتوفير مساحة كافية حول العلامة لجعلها تبرز بشكل جيد وتحافظ على وضوحها.



## 4.5 أماكن وضع العلامة على الصور

عند وضع علامة الصندوق على الصورة، يجب تخصيص مساحة كافية وخالية من العناصر المزدحمة بشكل كامل تقريباً، لتعزيز وضوح العلامة وجعلها تبرز بوضوح على الصورة. كما يجب أن يتم اختيار لون تحت العلامة بشكل دقيق، حيث يفضل استخدام لون فاتح جداً لتعزيز ظهور العلامة بشكل واضح. وفي حال عدم إمكانية استخدام لون فاتح تحت العلامة، ينبغي توفير مساحة لونية أسفل العلامة بلون غامق يعكس لون العلامة نفسها، وتكون العلامة باللون الأبيض لتبرز بوضوح.

ولو لم توفر ذلك في الصورة أو التصميم، ينبغي مراعاة توفير مساحة بيضاء حول العلامة والتي تفوق حجمها بشكل كافٍ على الحجم الفعلي للعلامة، لضمان بروزها وإبرازها بشكل أفضل وجعلها أكثر جاذبية بصرياً.





## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

## 4.6 التصوير الفوتوغرافي والصور

تتضمن ضوابط التصوير الفوتوغرافي واختيار الصور المناسبة للهوية البصرية الخاصة بصندوق تنمية الموارد البشرية عدة نقاط مهمة، وهي كالتالي:

- 1- الالتزام بالتصميم الرسمي للهوية البصرية الخاصة بصندوق تنمية الموارد البشرية وعدم التعديل عليها بأي شكل من الأشكال.
- 2- استخدام صور ذات دقة عالية وجودة عالية وتحديداً بدقة 300 نقطة في البوصة.
- 3- اختيار الصور التي تتناسب مع محتوى الهوية البصرية لصندوق تنمية الموارد البشرية وتعكس قيمه ورسالته بشكل واضح.
- 4- يجب أن تكون الصور ملائمة لجميع الأعمار والأجناس والثقافات ولا تحتوي على أي محتوى غير لائق أو مسيء.
- 5- يجب الالتزام بقواعد الأمان والصحة المهنية أثناء التصوير وعدم استخدام صور تنتهك هذه القواعد.



لا تستخدم

لا تستخدم صور ذات اضاءة ضعيفة وغير واضحة



استخدم

يجب التأكد من أن تكون الصور مركزة ولا تحتوي على أي تشويشات، مع الالتزام بمعايير عالية للإضاءة.



لا تستخدم

لا تستخدم صور غير متخصصة ولا تعبر عن الطابع والهوية السعودية



استخدم

يجب استخدام صور احترافية تعبر عن الطابع والهوية السعودية



لا تستخدم

لا تستخدم صور غير مهنية ضعيفة ولا تعبر عن المجتمع السعودي



استخدم

يجب استخدام صور مهنية احترافية تعبر عن المجتمع السعودي

## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

## 4.6 التصوير الفوتوغرافي والصور

**لا تستخدم**

لا تستخدم صورة أو تصور شخص من الخلف لا يظهر وجهه في الصورة

**استخدم**

اختيار صور أو تصوير صور تعبيرية احترافية تعبر عن الموضوع وتلاءم وتعبر عن الصندوق والمجتمع السعودي

**لا تستخدم**

لا تستخدم صور غير متخصصة ولا تراعي الضوابط الصحيحة لاستخدام العلم السعودي

**استخدم**

يجب استخدام صور احترافية تحفظ ضوابط شروط استخدام العلم السعودي

**لا تستخدم**

الصور الفردية لا يجب أن تكون غير معبرة أو غير مركزة على الفرد، ولا يجب أن تكون ضعيفة في الاتصال أو غير مباشرة

**استخدم**

الصور الفردية يجب أن تكون معبرة عن المشاعر مركزة بعمق على الفرد، بحيث تكون مباشرة وقوية، وتتمتع باتصال مباشر

6- يجب التأكد من الحصول على موافقة وإذن من الموديل ومالك الحقوق لاستخدام الصور في الهوية البصرية لصندوق تنمية الموارد البشرية.

7- يجب الالتزام بحقوق الطبع والنشر والتأكد من عدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية أثناء استخدام الصور.

8- يجب أن يكون الاختيار للصور موضوعياً وغير متحيز بأي شكل من الأشكال.

بشكل عام، يجب الالتزام بالمعايير المهنية العالية والتخلي بالحس المهني والابداعي أثناء اختيار وتصوير الصور للهوية البصرية الخاصة بصندوق تنمية الموارد البشرية.

وعندما يتعلق الأمر باستخدام الصور الفوتوغرافية في الهوية البصرية، فإنه من الضروري اتباع إرشادات محددة لاختيار الصور الصحيحة التي تعكس الرسالة والشخصية المنشودة.

## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

## 4.7 الأيقونات

## الألوان الأساسية



## استخدم الأيقونات مع خلفيات مختلفة



## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

## 4.7 الأيقونات

## الألوان الأساسية



## استخدم الأيقونات مع خلفيات مختلفة







2  
تدريب   تمكين   إرشاد

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND

### 4.8 مفهوم النمط

تم استلهام النمط (الثيم) لهوية صندوق تنمية الموارد البشرية من علامة الصندوق وعلامة هدف ومن أسماء البرامج المقدمة للمستفيدين.

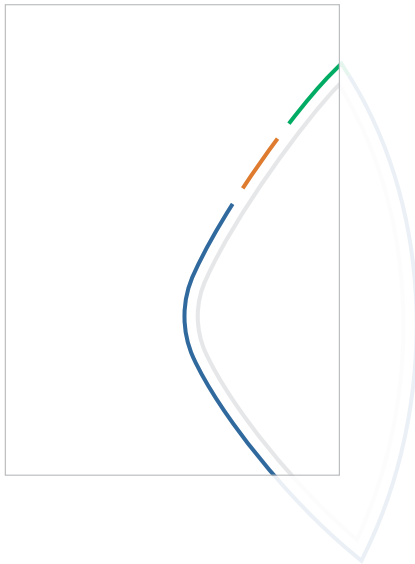


## 4.9 أنواع النمط

تتضمن هوية صندوق تنمية الموارد البشرية ثلاثة أنماط متشابهة ومتقاربة، وهي النمط الرسمي والنمط القياسي والنمط الإعلامي. ويفضل استخدام كل نمط مع الأشياء المحددة له، ويمكن الاستفادة من الصفحات التالية المخصصة لكل نمط لتوضيح ذلك بشكل أفضل.

وإذا تم استخدام جميع الأنماط في عمل أو تصميم واحد بشكل محترف وملائم، فلا يوجد أي مانع لذلك، وذلك إذا تم اتباع أفضل الممارسات والمعايير الاحترافية في العملية التصميمية.

النمط الإعلامي



النمط القياسي



النمط الرسمي



## 4.9 أنواع النمط

## النمط الرسمي

يُطبَّق النمط الرسمي على الهوية البصرية المؤسسية لصندوق تنمية الموارد البشرية، وكذلك على الأمور الرسمية المتعلقة بالصندوق، بهدف ضمان الاتساق والتميز في جميع جوانب تمثيله الرسمي.

## كرت العمل



## الورق الرسمي



## ملف مراسلات رسمي



## التقارير السنوية



## 4.9 أنواع النمط

## النمط القياسي

يتم تطبيق النمط القياسي لعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية والعروض المطبوعات الإعلانية والتقديمية، بالإضافة إلى استخدامه في أجزاء من تصاميم الفعاليات والمعارض الداخلية والخارجية.

يهدف النمط القياسي إلى تعزيز الانتشار والتعرف على العلامة التجارية للصندوق، وتعزيز الانطباعات الإيجابية لدى الجمهور، وذلك من خلال التركيز على تفاصيل التصميم والاستخدام المناسب للألوان والخطوط البسيطة، والحفاظ على تماسك الهوية البصرية للصندوق.

## العروض التقديمية



## المطبوعات الإعلانية



## 4.9 أنواع النمط

## النمط الإعلامي

يتم تطبيق النمط الإعلامي بعناية وحرص على التفاصيل الدقيقة لعلامة الصندوق على المنشورات والفيديوهات والتصاميم المخصصة لوسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي.

يهدف النمط الإعلامي إلى توفير تجربة مناسبة ومتكاملة للمستخدمين من خلال تمثيل صوري متميز يعكس هوية العلامة وقيمها المميزة. كما يتضمن النمط الإعلامي الاستخدام الفعال للألوان والخطوط المناسبة بشكل بسيط، ويسعى إلى إنشاء اتصال وثيق بين المستخدمين والعلامة التجارية لتعزيز الوعي والارتباط بعلامة الصندوق.



## القسم الرابع

## الهوية الأساسية



استخدم



استخدم



استخدم



استخدم



استخدم



استخدم

## 4.10 بعض استخدامات النمط الصحيحة

لضمان إيجابية الانطباعات وتعزيز الوعي بعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية، يجب فهم كيفية استخدام أنماطها بشكل صحيح. ومن أجل ذلك، يُمكن تقديم بعض الأمثلة عن استخدامات النمط الصحيحة للعناصر المتعلقة بعلامة الصندوق.



## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

## 4.11 بعض استخدامات النمط الخاطئة

لضمان إيجابية الانطباعات وتعزيز الوعي بعلامة صندوق تنمية الموارد البشرية، يجب فهم كيفية استخدام أنماطها بشكل صحيح. ومن أجل ذلك، يُمكن تقديم بعض الأمثلة عن استخدامات النمط الخاطئة للعناصر المتعلقة بعلامة الصندوق.

لا يسمح بتدوير النمط أو تشويه شكله وأبعاده، لأنه سوف يتغير شكله ومفهومه البصري



لا تستخدم

يجب أن لا يقطع النمط عناصر الصورة الهامة مثل الأشخاص، ويجب اختيار النمط المناسب للصورة



لا تستخدم

يجب أن لا يتم حذف أي أجزاء من النمط أثناء تطبيقه، أو إزاحة أجزائه عن بعضها البعض



لا تستخدم

لا ينبغي قطع نهاية النمط داخل التصميم



لا تستخدم

يجب أن لا يغطي النمط عناصر هامة من الصورة



لا تستخدم

يجب أن لا تتقاطع النصوص مع أي من أجزاء النمط



لا تستخدم

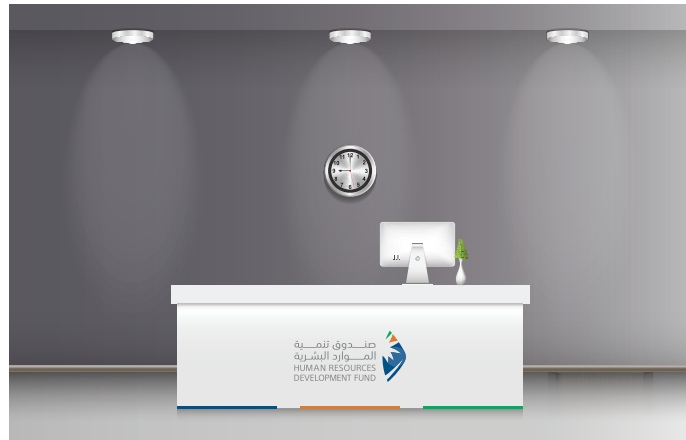
## الهوية الأساسية

## القسم الرابع

4.12 البيئة الداخلية  
(للمقر الرئيسي)

تطبيق الهوية البصرية على تصاميم بيئة العمل الداخلية هو جزء أساسي من العملية الإبداعية والتسويقية للمنشآت والمؤسسات. ويعد صندوق تنمية الموارد البشرية من الجهات التي تهتم بتوفير بيئة عمل مريحة وملائمة لموظفيها، حيث تعتبر التصاميم الداخلية المناسبة وتطبيق الهوية البصرية على هذه التصاميم جزءاً أساسياً من ذلك.

إن تطبيق الهوية البصرية على تصاميم بيئة العمل الداخلية يساعد على خلق هوية موحدة ومتكاملة للمنشأة أو المؤسسة، حيث يساهم في تعزيز الصورة الإيجابية للكيان وزيادة الولاء لدى الموظفين والزوار. كما يساعد في تحسين تجربة الموظفين وزيادة الإنتاجية والإبداعية وبالتالي تحسين الأداء العام للمؤسسة.





## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

4.12 البيئة الداخلية  
(للمقر الرئيسي)

ومن أهم التصميمات التي يجب تطبيق الهوية البصرية عليها في بيئة العمل الداخلية، تصميم المكاتب والجدران والألوان واللوحات الداخلية واللوحات الإدارية. ويجب أن تتوافق هذه التصميمات مع المعايير والمبادئ العامة للهوية البصرية للمؤسسة أو المنشأة، حيث يتم تحديد الألوان والأنماط والرموز والخطوط والشعارات المناسبة لها وتطبيقها على هذه التصميمات بشكل متنسق وموحد.

وبالإضافة إلى ذلك، يجب الأخذ بعين الاعتبار الجوانب الوظيفية والاستخدامية لتصميم بيئة العمل الداخلية، حيث يجب أن تكون هذه التصميمات سهلة الاستخدام، وبهذا يلعب دوراً حيوياً في إيجاد جو يعكس هوية الصندوق ويتماشى مع رسالته وقيمه.



## الهوية الأساسية

## القسم الرابع

4.12 البيئة الداخلية  
(للمقر الرئيسي)

يمثل تطبيق الهوية والألوان والتصاميم على بيئة العمل الداخلية للصندوق جزءًا حيويًا من الحفاظ على العلامة التجارية والهوية البصرية للمؤسسة. فعندما يشعر الموظفون بالانتماء إلى هوية الصندوق، يصبون أكثر فخرًا بعملهم وينشرون رسالة المؤسسة بطريقة أفضل. لذلك، يجب أن تتبع المنشأة نهجًا متسقًا في تطبيق الهوية والألوان والتصاميم على جميع عناصر العمل الداخلية، بما في ذلك واجهات البرامج والمواد الدعائية الداخلية والتقارير والمستندات والزي الرسمي.

وبالإضافة إلى ذلك، يجب أن تتأكد المنشأة من أن جميع الموظفين يفهمون ويتبنون القيم والرسالة الخاصة بالصندوق، لتعزيز الهوية والانتماء إلى المؤسسة.



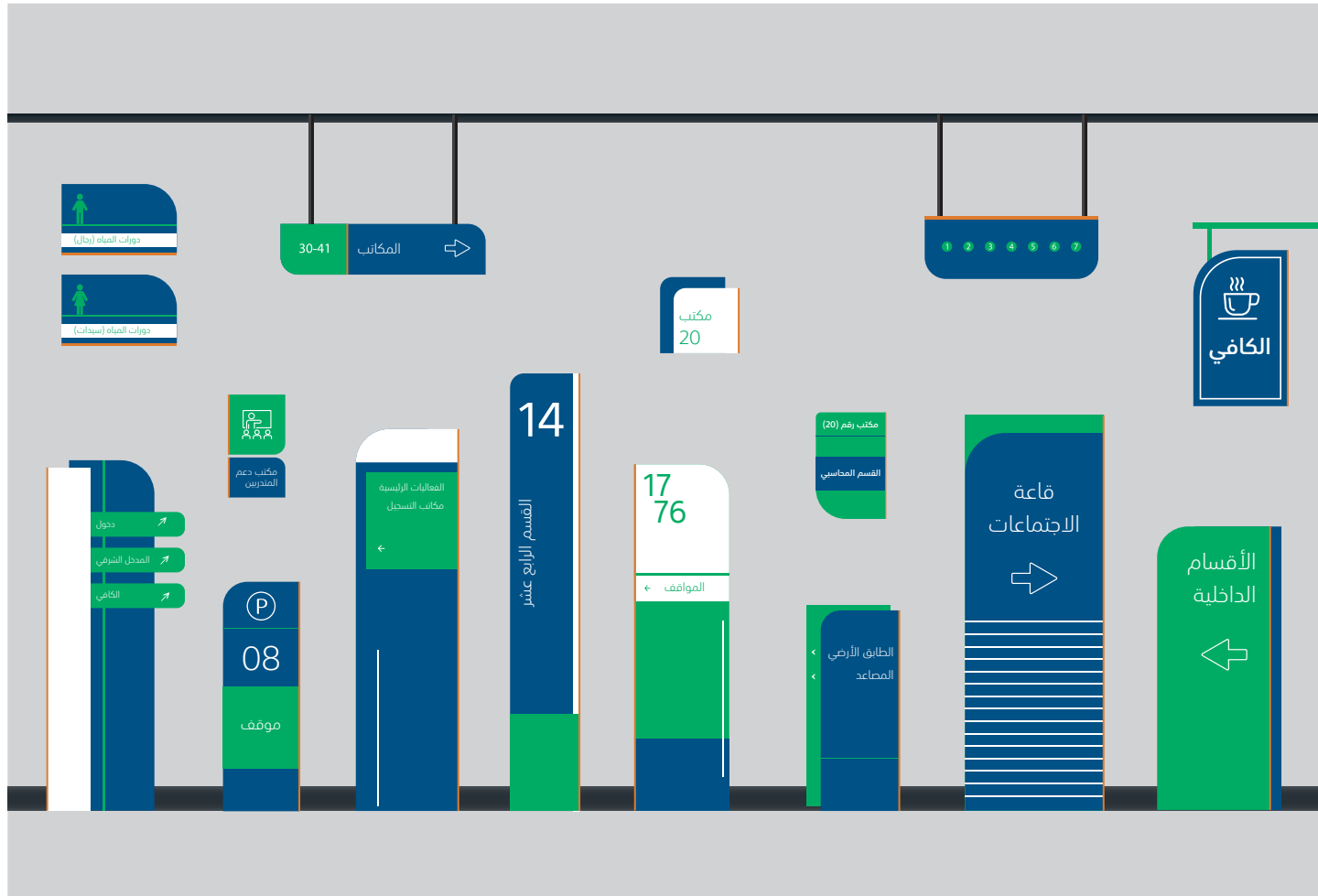
## الهوية الأساسية

## القسم الرابع

4.12 البيئة الداخلية  
(للمقر الرئيسي)

بما أن الهوية البصرية للصندوق هي عنصر مهم في إيصال رسالته وتمييزه عن الآخرين، فإن تطبيق هذه الهوية على بيئة العمل الداخلية يمكن أن يلعب دورًا كبيرًا في بناء ثقافة العمل وهوية المنشأة بين الموظفين. فعندما يتم تطبيق الألوان والتصاميم المحددة بشكل صحيح على المكاتب والممرات والأماكن الأخرى داخل المؤسسة، فإن ذلك يساعد في إنشاء جو من الانتماء والتميز ويعزز الهوية المؤسسية بين الموظفين.

ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال استخدام الألوان الرئيسية والثانوية المحددة في الهوية البصرية، وتطبيق التصاميم الخاصة بالصندوق على الأماكن المناسبة في المكاتب والممرات واللوحات الإرشادية وغيرها.



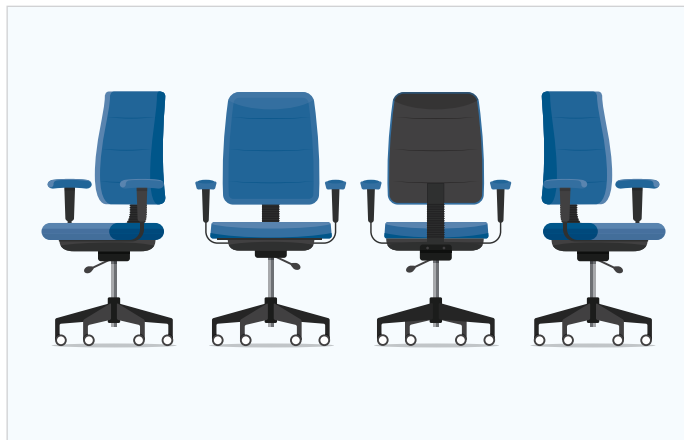
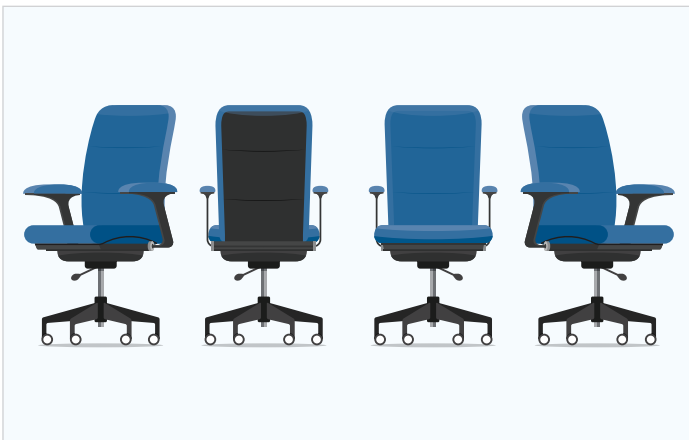
## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

4.12 البيئة الداخلية  
(للمقر الرئيسي)

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام تطبيق الهوية بشكل جيد لتوضيح الرؤية والرسالة التي يحملها الصندوق، وبهذه الطريقة، يتم إنشاء بيئة عمل داخلية يسهل فيها تحقيق الأهداف المنشودة وتحفيز الموظفين على العمل بجدية واستمرارية.

وبصرف النظر عن الجانب العملي من تطبيق الهوية على بيئة العمل الداخلية، فإن الجانب الجمالي من ذلك يضفي على المكان جاذبية ورونقًا يعزز من مزاج الموظفين ويجعل العمل أكثر متعة وإثارة، وباختصار، فإن تطبيق الهوية والألوان والتصاميم على بيئة العمل الداخلية يساعد في بناء هوية قوية ومميزة للصندوق، ويعكس الشخصية والهوية الخاصة بها، كما يساعد في تعزيز الانتماء والولاء للمؤسسة بين الموظفين.



## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

4.13 البيئة الداخلية (هدف)  
للفروع

يتم استخدام علامة "هدف" بشكل منفصل عن علامة صندوق تنمية الموارد البشرية داخل الفروع الخاصة التي تستهدف العملاء والمستفيدين المرتبطين مباشرة بالخدمات والممكنات. يتم ذلك لأسباب تصميمية وتسويقية تهدف إلى تعزيز هوية الصندوق وتوفير تميز واضح للهدف عن الصندوق.





### 4.13 البيئة الداخلية (هدف) للفروع

يتم استخدام علامة "هدف" بشكل منفصل عن علامة صندوق تنمية الموارد البشرية داخل الفروع الخاصة التي تستهدف العملاء والمستفيدين المرتبطين مباشرة بالخدمات والممكنات.

يتم ذلك لأسباب تصميمية وتسويقية تهدف إلى تعزيز هوية الصندوق وتوفير تميز واضح للهدف عن الصندوق.



## القسم الرابع

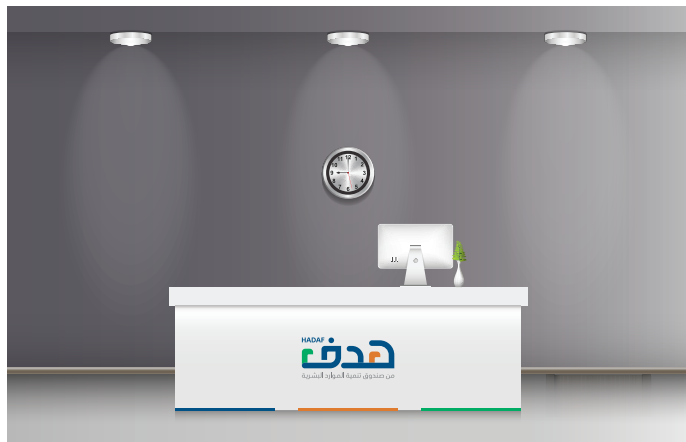
## الهوية الأساسية

4.13 البيئة الداخلية (هدف)  
للفروع

تطبيق الهوية البصرية على تصاميم بيئة العمل الداخلية هو جزء أساسي من العملية الإبداعية والتسويقية للمنشآت والمؤسسات. ويعد هدف من الجهات التي تهتم بتوفير بيئة عمل مريحة وملائمة لموظفيها، حيث تعتبر التصاميم الداخلية المناسبة وتطبيق الهوية البصرية على هذه التصاميم جزءًا أساسيًا من ذلك.

إن تطبيق الهوية البصرية على تصاميم بيئة العمل الداخلية يساعد على خلق هوية موحدة ومتكاملة للمنشأة أو المؤسسة، حيث يساهم في تعزيز الصورة الإيجابية للكيان وزيادة الولاء لدى الموظفين والزوار. كما يساعد في تحسين تجربة الموظفين وزيادة الإنتاجية والإبداعية وبالتالي تحسين الأداء العام للمؤسسة.

ومن أهم التصاميم التي يجب تطبيق الهوية البصرية عليها في بيئة العمل.



## القسم الرابع

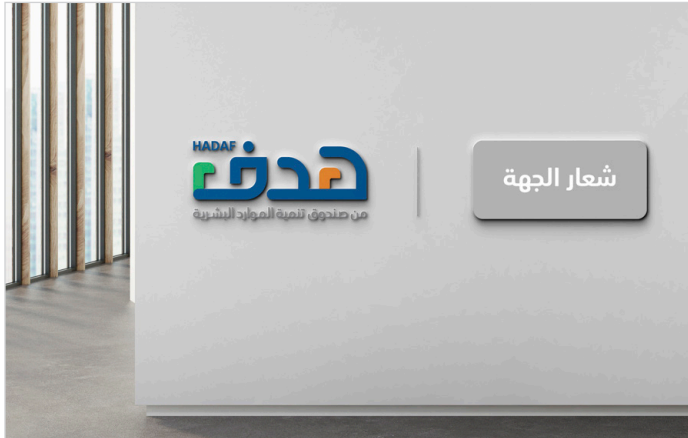
## الهوية الأساسية

4.14 البيئة الداخلية (هدف)  
للمراكز مع المشغلين

يتم استخدام علامة "هدف" بشكل منفصل عن علامة صندوق تنمية الموارد البشرية داخل الفروع الخاصة التي تستهدف العملاء والمستفيدين المرتبطين مباشرة بالخدمات والممكنات. يتم ذلك لأسباب تصميمية وتسويقية تهدف إلى تعزيز هوية الصندوق وتوفير تميز واضح للهدف عن الصندوق.

يتم وضع علامة هدف على الجهة اليسرى من المساحة أو التصميم ووضع علامة الشريك على الجهة اليمنى المقابلة.

وفي اللوحات الرئيسية الخارجية توضع علامة هدف على اللوحة منفردة بدون علامة المشغل.





## القسم الرابع

## الهوية الأساسية

4.14 البيئة الداخلية (هدف)  
للمراكز مع المشغلين

يتم استخدام علامة "هدف" بشكل منفصل عن علامة صندوق تنمية الموارد البشرية داخل الفروع الخاصة التي تستهدف العملاء والمستفيدين المرتبطين مباشرة بالخدمات والممكّنات. يتم ذلك لأسباب تصميمية وتسويقية تهدف إلى تعزيز هوية الصندوق وتوفير تميز واضح للهدف عن الصندوق.

يتم وضع علامة هدف على الجهة اليسرى من المساحة أو التصميم ووضع علامة الشريك على الجهة اليمنى المقابلة.



# 05

## القسم الخامس

### توظيف العلامة

#### علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

5.1 الشراكات التنوع في الهيكلية

5.2 الشراكات الاستثناءات

5.3 المواد التسويقية قالب الصفحة العمودية والأفقية

5.4 المواد التسويقية القوالب غير القياسية للصفحة

#### علامة هدف

5.5 الشراكات التنوع في الهيكلية

5.6 الشراكات الاستثناءات

5.7 المواد التسويقية قالب الصفحة العمودية

5.8 المواد التسويقية قالب الصفحة الأفقية

5.9 المواد التسويقية قالب الصفحة الطولية

5.10 المواد التسويقية القوالب غير القياسية للصفحة

5.11 الخاتمة

## علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

5.1 الشراكات  
التنوع في الهيكلية

تنطبق شروط "الهيكل المعياري لتصميم الهوية الكاملة" على الاختلافات أدناه.

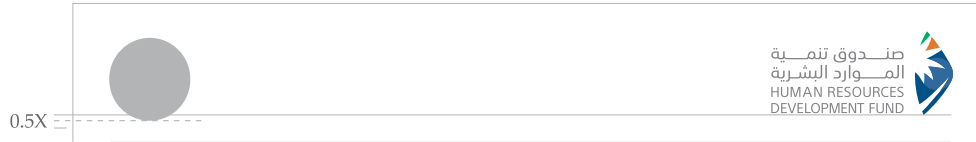
يجب وضع جميع الرموز الدائرية أو غير النظامية مستوى منخفض بمعدل (0.5X) من قاعدة الحروف الطباعية كي تظهر متوازية بصرياً (انظر الشكل 1).

بالنسبة لعلامات الجهات تكون في مقابل علامة صندوق تنمية الموارد البشرية على الجهة اليسرى (انظر الشكل 2).

ينصح أن يظهر الهيكل دائماً فوق خلفية بيضاء، لكن ولأغراض بناء هوية الإدارة/المؤسسة يمكن للجهة أن تستخدم لونها المميز في الخلفية، ولكن بدرجة لا تزيد عن 10% (انظر الشكل 3).

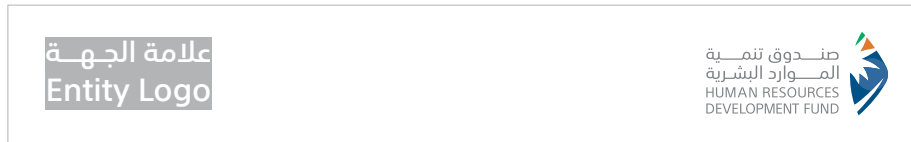
## الشكل (1)

يجب وضع رمز العلامة بشكل دائري والرموز الغير منتظمة في مستوى منخفض بمقدار (0.5X).



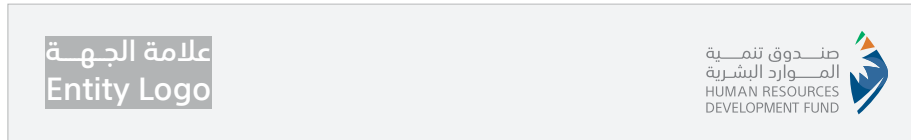
## الشكل (2)

علامة الجهة مقابل علامة صندوق تنمية الموارد البشرية.



## الشكل (3)

يمكن لأي جهة استخدام خلفية ملونة بما يتناسب مع هويتها المؤسسية، على ألا تتجاوز شفافية لون الخلفية أكثر من 10%.



## علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

5.2 الشراكات  
الاستثناءات

يجب تجنب الاستخدامات غير التقليدية، إلا في ظروف خاصة جداً. وفيما يلي بعض الأمثلة على هذه الاستخدامات:

## الشكل (1)

استخدام اللون الأسود لتمثيل جميع عناصر الهيكل الشامل للعلامة الصندوق وعلامة الجهة في بعض التطبيقات مثل البرقيات الإلكترونية (رسائل الفاكس).



## الشكل (2)

هوية الصندوق مع رمز علامة الجهة فقط، يمكن استخدام هذا الشكل في بعض التطبيقات مثل العلامة التجارية للملكية ولوحة الرعاية.



## الشكل (3)

تستخدم المحاذاة العمودية بين علامة الصندوق وعلامة الجهة في حال كانت أبعاد التطبيقات غير كافية والتي قد تؤدي إلى تعذر وضوح الهيكل الشامل للهوية بالمحاذاة الأفقية.

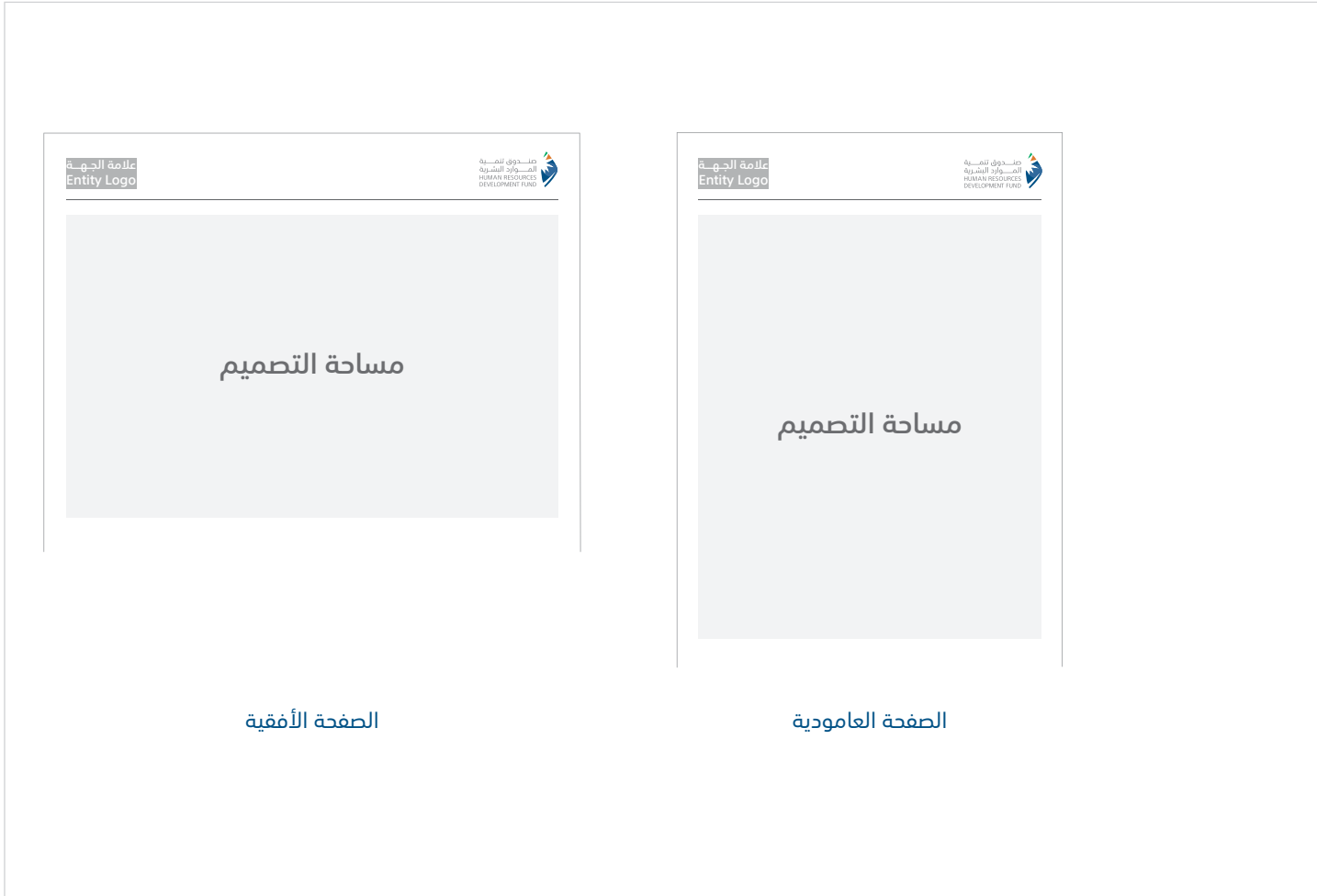


## علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

### 5.3 المواد التسويقية

#### قالب الصفحة العمودية والأفقية

هذه أمثلة على كيفية تطبيق هذه الإرشادات في قالب الصفحة العمودية والأفقية، حيث أن المساحة أسفل الهيكل الشامل للصندوق والجهة يمكن أن تكون صورة، أو رسماً أو معلومات تتعلق بالجهة.



## علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

5.4 المواد التسويقية  
القوالب غير القياسية للصفحة

نقدم لكم بعض الأمثلة التوضيحية حول كيفية تطبيق هذه الإرشادات على أنساق الصفحات غير القياسية، التي تستخدم عادةً في النطاق الضيق وتحتاج إلى التعديل لتلبية الاحتياجات الفنية المحددة.



## علامة هدف

5.5 الشراكات  
التنوع في الهيكلية

تنطبق شروط "الهيكل المعياري لتصميم الهوية الكاملة" على الاختلافات أدناه.

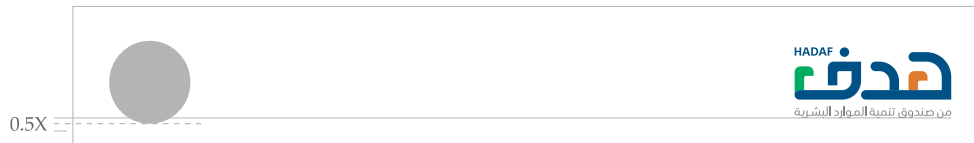
يجب وضع جميع الرموز الدائرية أو غير النظامية مستوى منخفض بمعدل (0.5X) من قاعدة الحروف الطباعية كي تظهر متوازياً بصرياً (انظر الشكل 1).

بالنسبة لعلامات الجهات يجب أن تكون في مقابل علامة هدف على الجهة اليسرى (انظر الشكل 2).

ينصح أن يظهر الهيكل دائماً فوق خلفية بيضاء، لكن ولأغراض بناء هوية الإدارة/المؤسسة يمكن للجهة أن تستخدم لونها المميز في الخلفية، ولكن بدرجة لا تزيد عن 10% (انظر الشكل 3).

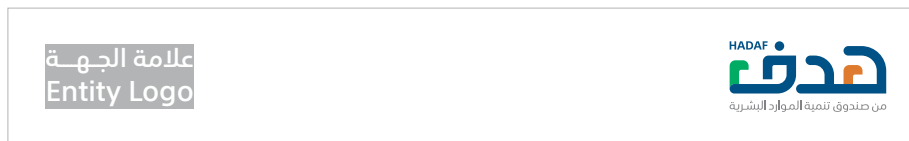
## الشكل (1)

يجب وضع رمز العلامة بشكل دائري والرموز الغير منتظمة في مستوى منخفض بمقدار (0.5X).



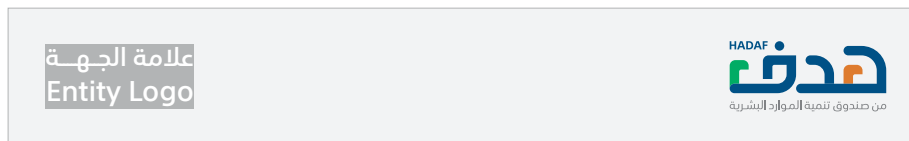
## الشكل (2)

علامة الجهة مقابل علامة هدف.



## الشكل (3)

يمكن لأي جهة استخدام خلفية ملونة بما يتناسب مع هويتها المؤسسية، على ألا تتجاوز شفافية لون الخلفية أكثر من 10%.



## علامة هدف

5.6 الشراكات  
الاستثناءات

يجب تجنب الاستخدامات غير التقليدية، إلا في ظروف خاصة جداً. وفيما يلي بعض الأمثلة على هذه الاستخدامات:

## الشكل (1)

استخدام اللون الأسود لتمثيل جميع عناصر الهيكل الشامل لعلامة هدف وعلامة الجهة في بعض التطبيقات مثل البرقيات الإلكترونية (رسائل الفاكس).



## الشكل (2)

هوية هدف مع رمز علامة الجهة فقط، يمكن استخدام هذا الشكل في بعض التطبيقات مثل العلامة التجارية للملكية ولوحة الرعاية.



## الشكل (3)

تستخدم المحاذاة العمودية بين علامة هدف وعلامة الجهة في حال كانت أبعاد التطبيقات غير كافية والتي قد تؤدي إلى تعذر وضوح الهيكل الشامل للهوية بالمحاذاة الأفقية.





## علامة هدف

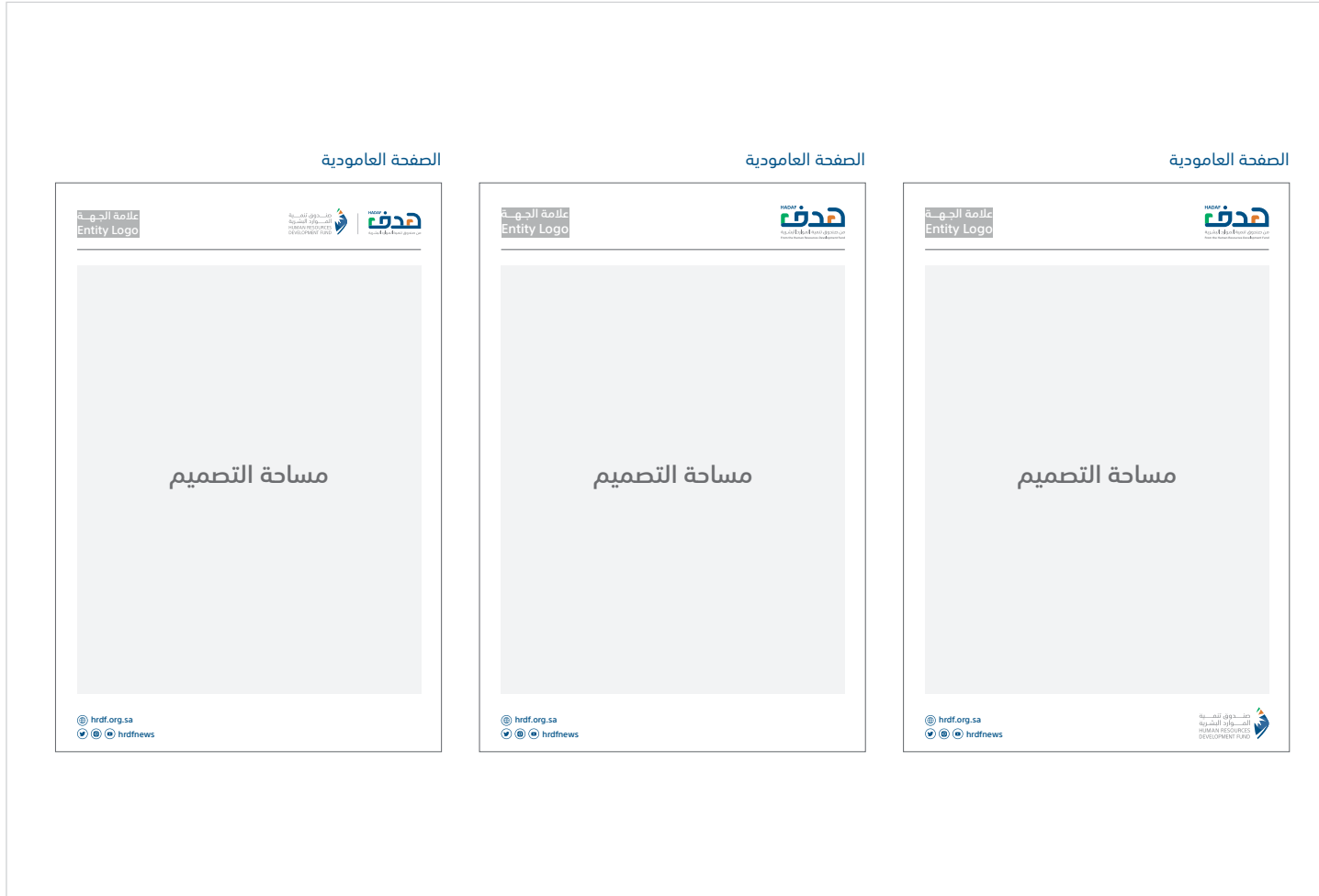
5.7 المواد التسويقية  
قالب الصفحة العمودية

هذه أمثلة على كيفية تطبيق هذه الإرشادات في قالب الصفحة العمودية، حيث أن المساحة أسفل الهيكل الشامل لهدف والجهة يمكن أن تكون صورة، أو رسماً أو معلومات تتعلق بالجهة أو بهدف.

تُعدُّ علامة هدف جزءاً لا يتجزأ من الهوية البصرية لصندوق تنمية الموارد البشرية، وتُعدُّ مظلة للخدمات التي يقدمها الصندوق.

تُستخدمُ علامة "هدف" منفصلةً عن علامة صندوق تنمية الموارد البشرية في النماذج والمراسلات التجارية ذات الصلة المباشرة بالمستخدمين والمؤسسات المتعاقدة مع الصندوق.

تستهدف علامة "هدف" المستخدمين والمؤسسات، بما في ذلك حديثي التخرج، الباحثين عن العمل، المنشآت الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات، الموارد البشرية، الطلاب، الموظفين، ذوي الاحتياجات الخاصة، المدراء التنفيذيين، والعاملين في العمل الحر.



## علامة هدف

5.8 المواد التسويقية  
قالب الصفحة الأفقية

هذه أمثلة على كيفية تطبيق هذه الإرشادات في قالب الصفحة الأفقية، حيث أن المساحة أسفل الهيكل الشامل لهدف والجهة يمكن أن تكون صورة، أو رسماً أو معلومات تتعلق بالجهة أو بهدف.

تُعدُّ علامة هدف جزءاً لا يتجزأ من الهوية البصرية لصدوق تنمية الموارد البشرية، وتُعدُّ مظلة للخدمات التي يقدمها الصدوق.

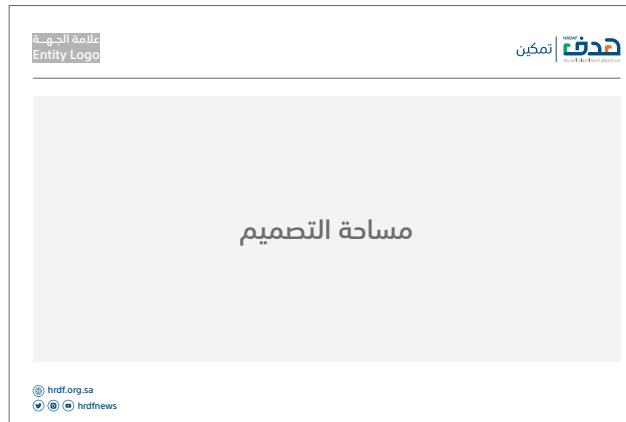
تُستخدمُ علامة "هدف" منفصلةً عن علامة صدوق تنمية الموارد البشرية في النماذج والمراسلات التجارية ذات الصلة المباشرة بالمستخدمين والمؤسسات المتعاقدة مع الصدوق.

تستهدف علامة "هدف" المستخدمين والمؤسسات، بما في ذلك حديثي التخرج، الباحثين عن العمل، المنشآت الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات، الموارد البشرية، الطلاب، الموظفين، ذوي الاحتياجات الخاصة، المدراء التنفيذيين، والعاملين في العمل الحر.

الصفحة الأفقية



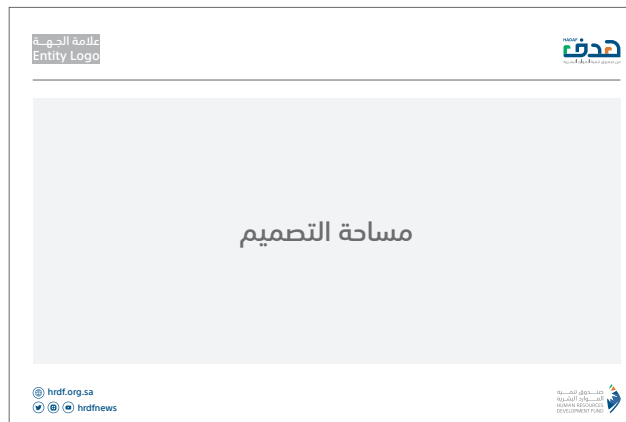
الصفحة الأفقية (هذا القالب خاص عند استخدام علامة هدف مع الرقائق)



الصفحة الأفقية



الصفحة الأفقية



## علامة هدف

5.9 المواد التسويقية  
قالب الصفحة الطولية

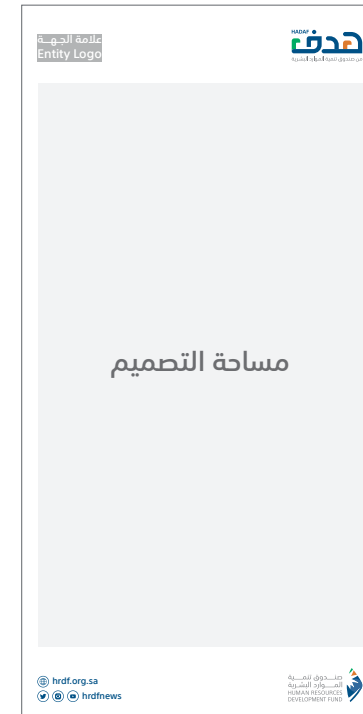
هذه أمثلة على كيفية تطبيق هذه الإرشادات في قالب الصفحة الطولية، حيث أن المساحة أسفل الهيكل الشامل لهدف والجهة يمكن أن تكون صورة، أو رسماً أو معلومات تتعلق بالجهة أو بهدف.

تُعدُّ علامة هدف جزءاً لا يتجزأ من الهوية البصرية لصدوق تنمية الموارد البشرية، وتُعدُّ مظلة للخدمات التي يقدمها الصدوق.

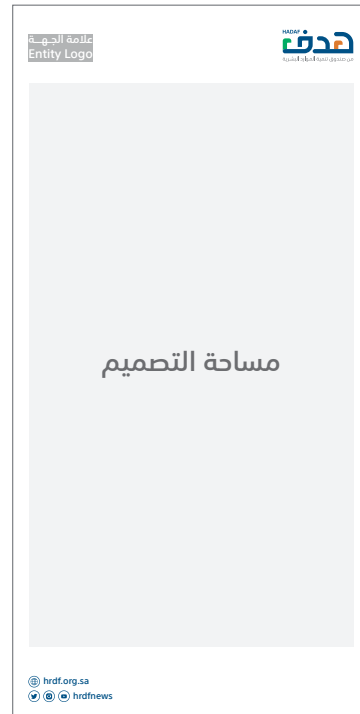
تُستخدمُ علامة "هدف" منفصلةً عن علامة صدوق تنمية الموارد البشرية في النماذج والمراسلات التجارية ذات الصلة المباشرة بالمستخدمين والمؤسسات المتعاقدة مع الصدوق.

تستهدف علامة "هدف" المستخدمين والمؤسسات، بما في ذلك حديثي التخرج، الباحثين عن العمل، المنشآت الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات، الموارد البشرية، الطلاب، الموظفين، ذوي الاحتياجات الخاصة، المدراء التنفيذيين، والعاملين في العمل الحر.

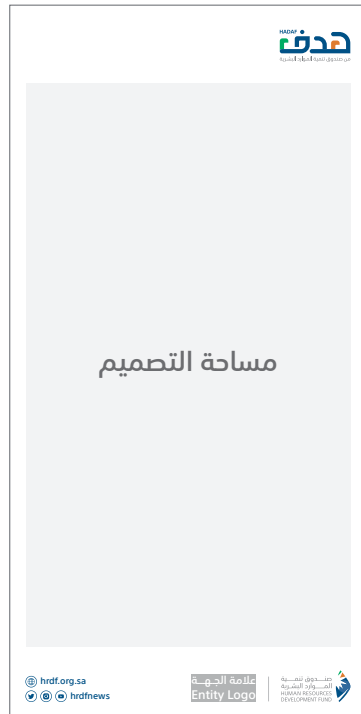
الصفحة العامودية



الصفحة العامودية



الصفحة العامودية



## علامة هدف

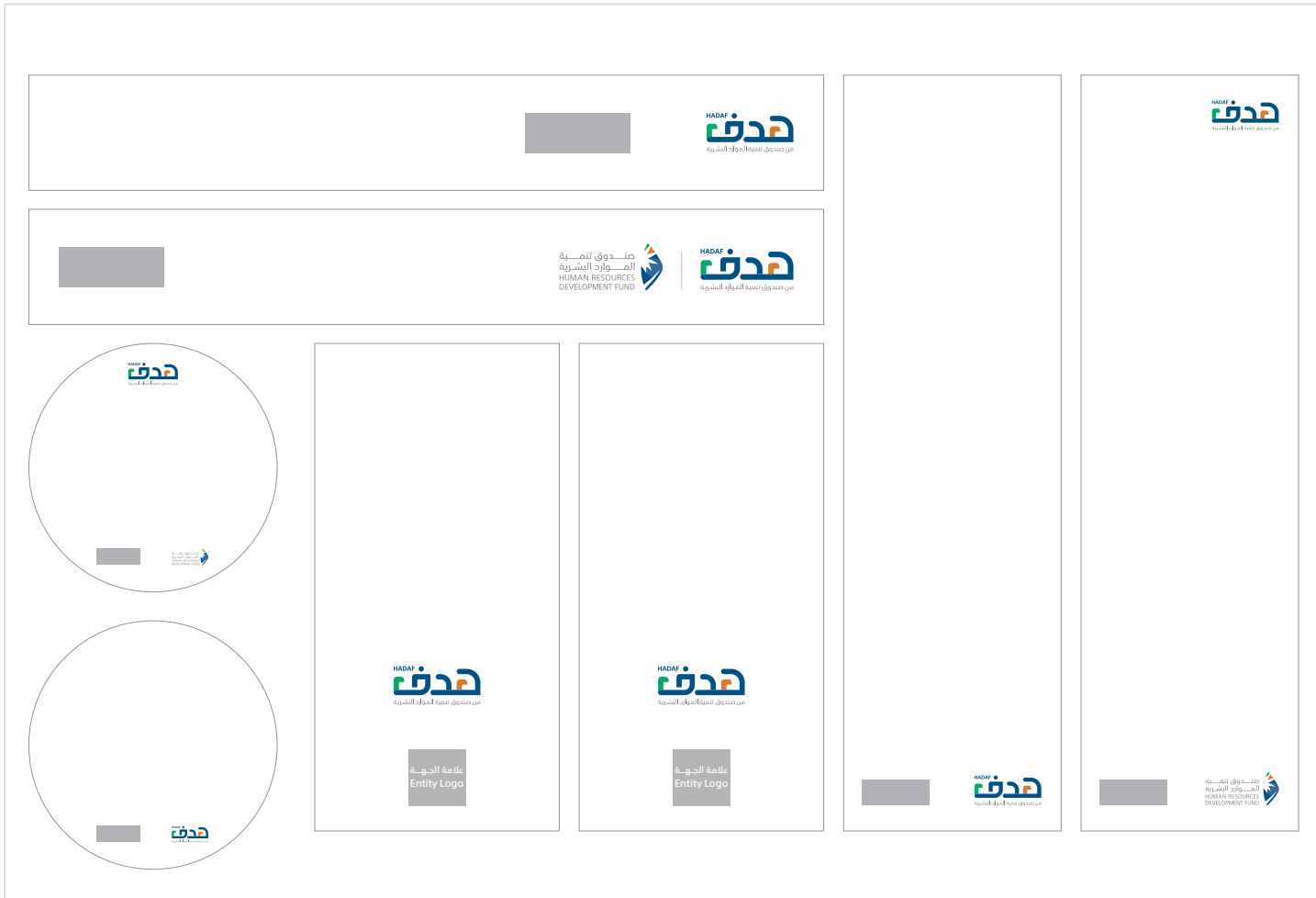
5.10 المواد التسويقية  
القوالب غير القياسية للصفحة

هذه أمثلة على كيفية تطبيق هذه الإرشادات في أنساق الصفحة غير القياسية والتي تستخدم على النطاق الضيق وللضرورات الفنية.

تُعدُّ علامة هدف جزءًا لا يتجزأ من الهوية البصرية لصدوق تنمية الموارد البشرية، وتُعدُّ مظلة للخدمات التي يقدمها الصدوق.

تُستخدمُ علامة "هدف" منفصلةً عن علامة صدوق تنمية الموارد البشرية في النماذج والمراسلات التجارية ذات الصلة المباشرة بالمستفيدين والمؤسسات المتعاقدة مع الصدوق.

تستهدف علامة "هدف" المستفيدين والمؤسسات، بما في ذلك حديثي التخرج، الباحثين عن العمل، المنشآت الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات، الموارد البشرية، الطلاب، الموظفين، ذوي الاحتياجات الخاصة، المدراء التنفيذيين، والعاملين في العمل الحر.



## القسم السادس

# 06

### الهوية البصرية

#### علامة هدف

6.3 الهوية البصرية

6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

#### علامة صندوق تنمية الموارد البشرية

6.1 الهوية البصرية

6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي



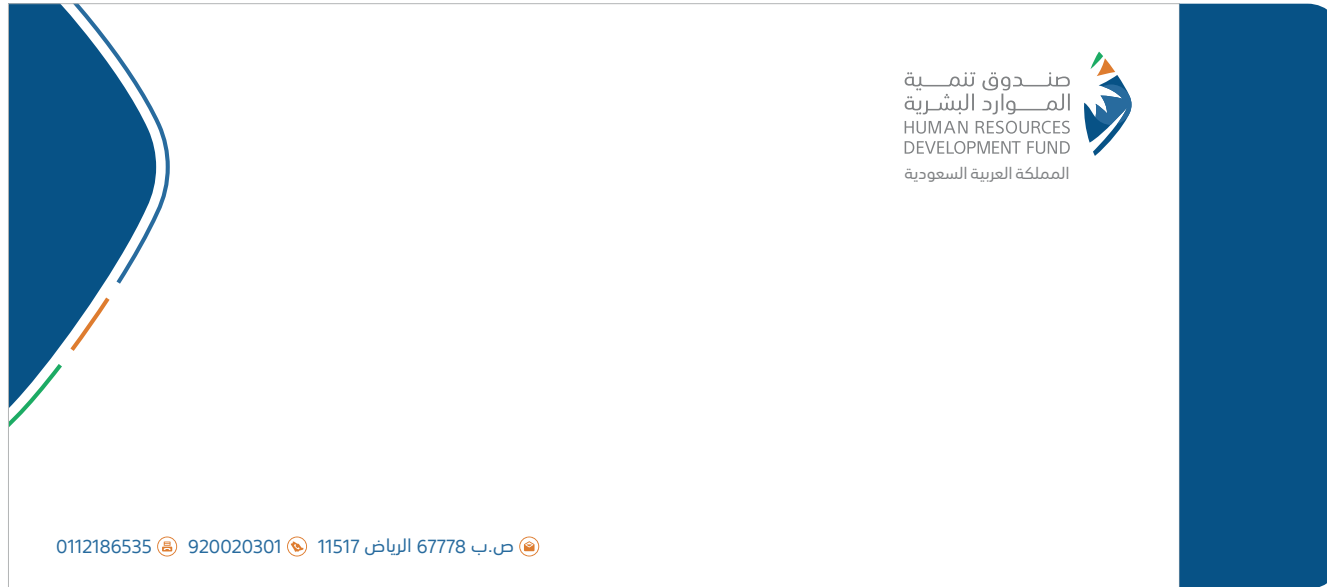
## 6.1 الهوية البصرية

## كروت العمل



## 6.1 الهوية البصرية

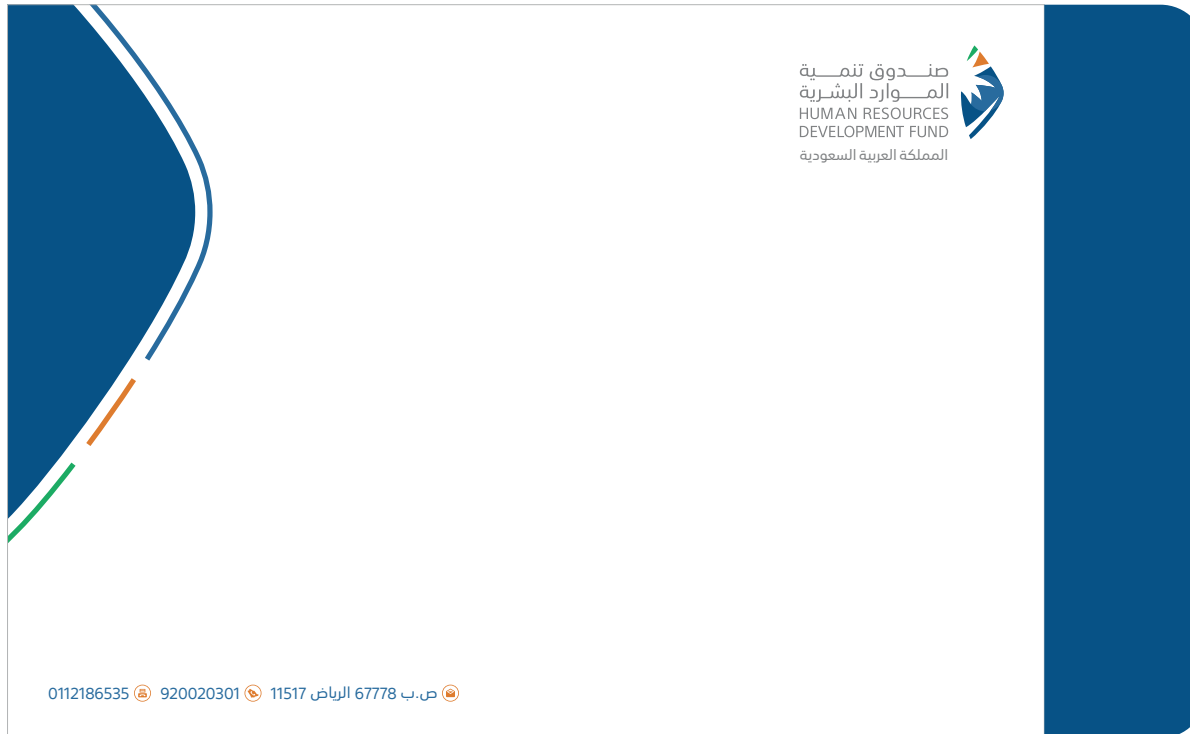
ظرف (DL)





## 6.1 الهوية البصرية

ظرف (C5)



## 6.1 الهوية البصرية

ظرف (C4)



## 6.1 الهوية البصرية

## ظرف طولي



## 6.1 الهوية البصرية

## بطاقة الموظف



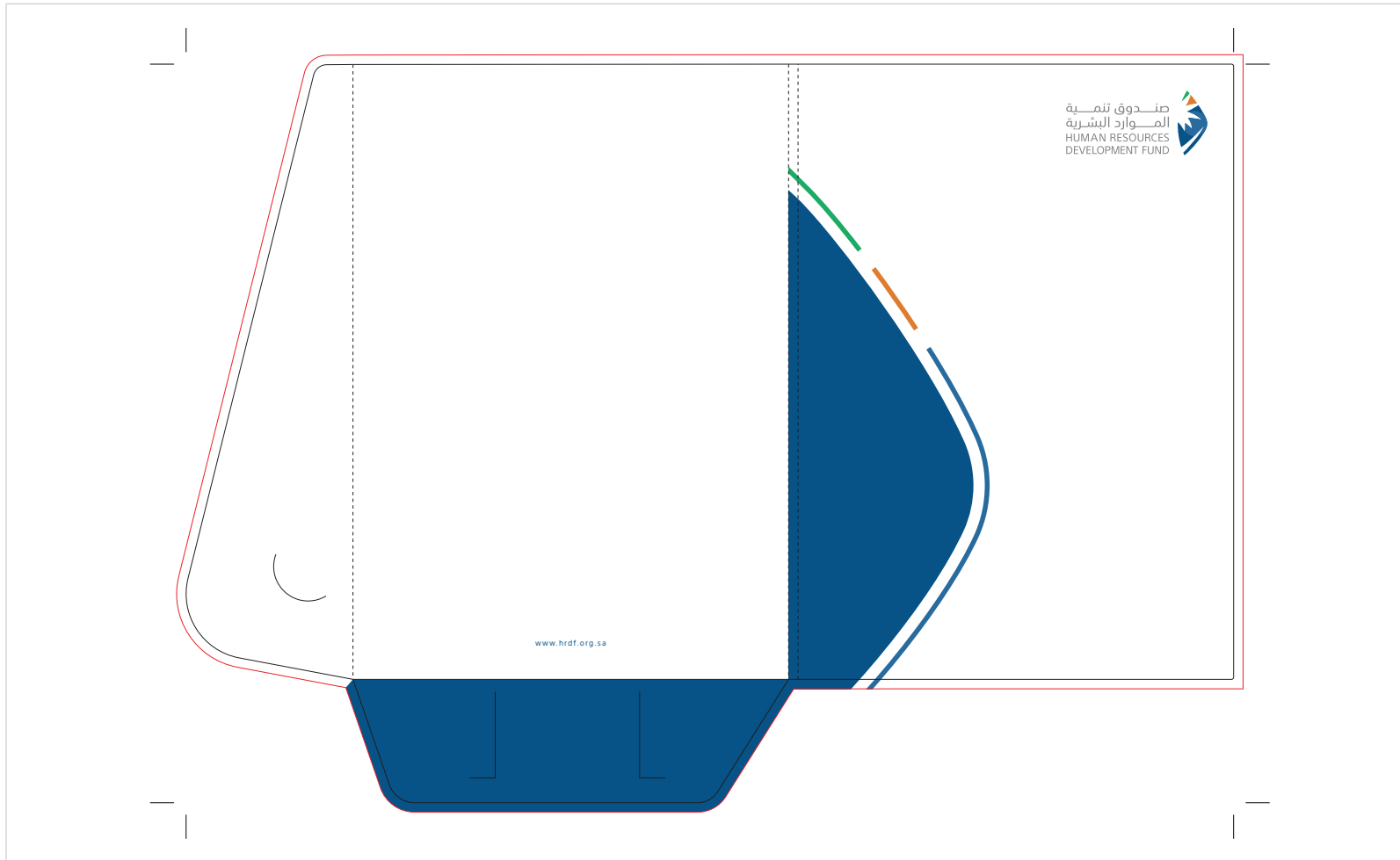
## 6.1 الهوية البصرية

## توقيع البريد الإلكتروني



## 6.1 الهوية البصرية

## المغلف



## 6.1 الهوية البصرية

## سند القبض

SR  ريال **سند قبض** **Receipt Voucher** صندوق تنمية الموارد البشرية HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT FUND

Date: / / التاريخ:

Received from Mr. / Messrs: ..... إستلمنا من السيد/ السادة:

Amount: ..... مبلغ وقدره:

Cash: ..... نقداً:

Bank: ..... شيك رقم: ..... Date: / / بتاريخ: Cheque No. ....

Being: ..... وذلك مقابل:

\* This voucher is not valid unless its stamped. \* هذا السند لا يعد صالحاً إلا في حال ختمه.

Management الإدارة ..... Accounting الحسابات ..... Received by المستلم

0112186535 ☎ 920020301 ☎ 11517 ص.ب 67778 الرياض 11517 ☎

## 6.1 الهوية البصرية

## سند الصرف

SR  ريال **سند صرف** صندوق تنمية الموارد البشرية  
Payment Voucher HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT FUND

Date: / / التاريخ: / /

اصرفوا إلى السيد/ السادة: Pay to Mr./ Messrs: مبلغ وقدره: Amount:  نقداً: Cash:  شيك رقم: Cheque No. بتاريخ: / / Date: البنك: Bank: وذلك مقابل: Being:

\* هذا السند لا يعد صالحاً إلا في حال ختمه. \* This voucher is not valid unless its stamped.

الإدارة Management الحسابات Accounting المستلم Received by

0112186535 920020301 11517 ص.ب 67778 الرياض





## 6.1 الهوية البصرية

## دفتر الملاحظات



## 6.1 الهوية البصرية

## الختم



## 6.1 الهوية البصرية

## العرض التقديمي



## 6.1 الهوية البصرية

## شهادة إنجاز

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND

شهادة إنجاز



## 6.1 الهوية البصرية

## شكر وتقدير



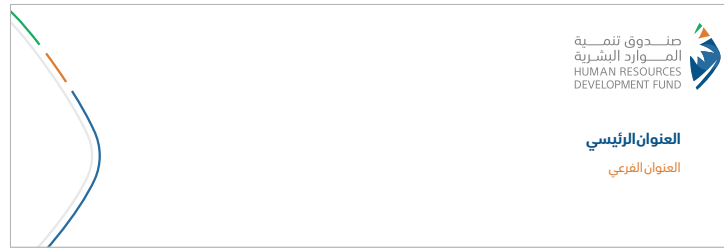
## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

العلامة الرئيسية  
في الصفحة



## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### ترويسة الصفحة





## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب العرضي (أ)

مقاس القالب:

w 1920px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

64pt

حجم خط العنوان الفرعي:

58pt

حجم النص:

40pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب العرضي (ب)

مقاس القالب:

w 1920px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

64pt

حجم خط العنوان الفرعي:

58pt

حجم النص:

40pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب المربع (أ)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

50pt

حجم خط العنوان الفرعي:

45pt

حجم النص:

29pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب المربع (ب)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

50pt

حجم خط العنوان الفرعي:

45pt

حجم النص:

29pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب الطولي (أ)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1920px

حجم خط العنوان الرئيسي:

53pt

حجم خط العنوان الفرعي:

48pt

حجم النص:

36pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.2 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب الطولي (ب)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1920px

حجم خط العنوان الرئيسي:

53pt

حجم خط العنوان الفرعي:

48pt

حجم النص:

36pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.3 الهوية البصرية

## الورق الرسمي







## 6.3 الهوية البصرية

ظرف (DL)



## 6.3 الهوية البصرية

ظرف (C5)



## 6.3 الهوية البصرية

ظرف (C4)



## 6.3 الهوية البصرية

## ظرف طولي



## 6.3 الهوية البصرية

## بطاقة الموظف



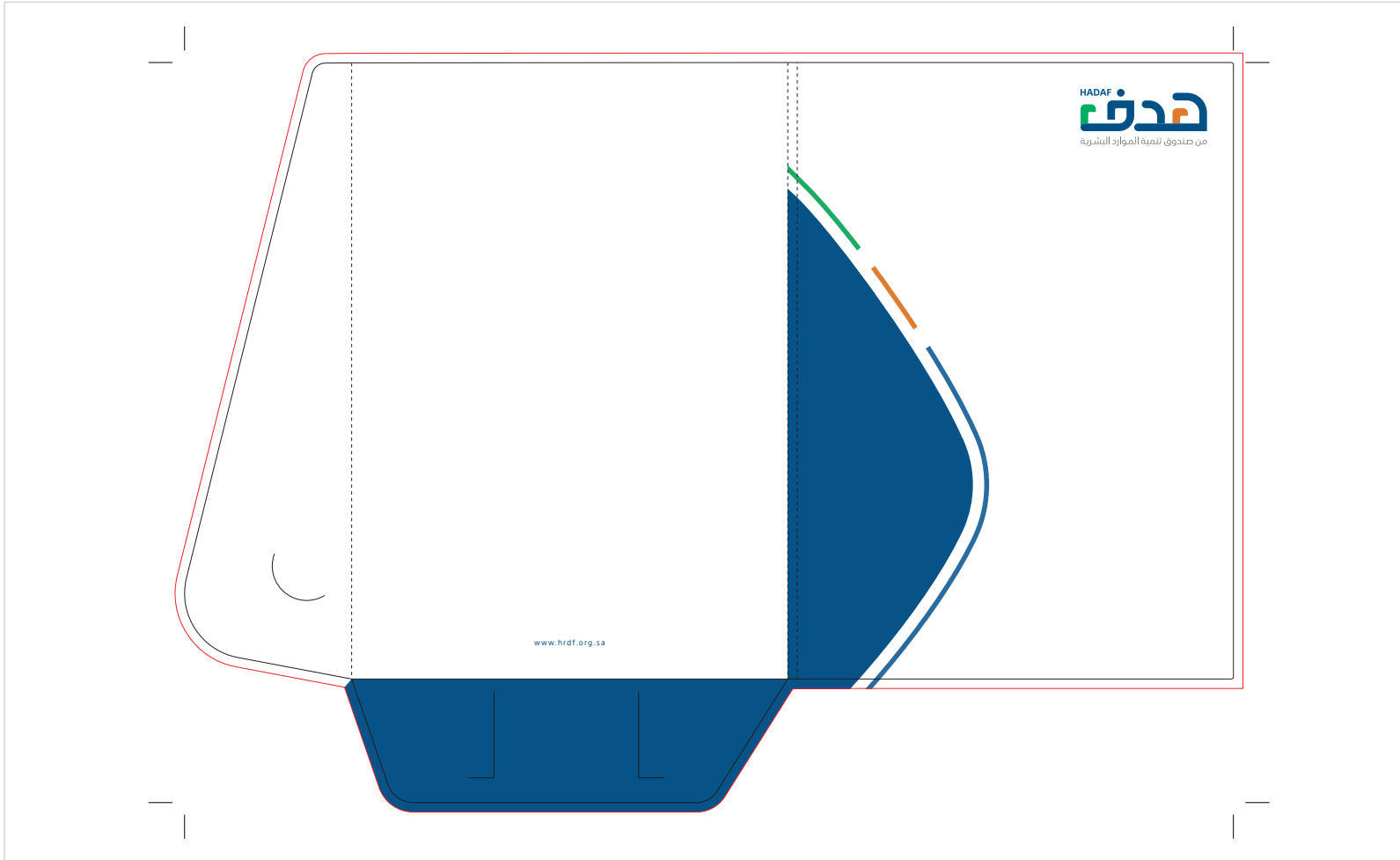
## 6.3 الهوية البصرية

## توقيع البريد الإلكتروني



## 6.3 الهوية البصرية

## المغلف



## 6.3 الهوية البصرية

## سند القبض

SR  ريال

**سند قبض**  
Receipt Voucher

HADAF هدف  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

Date: / / التاريخ:

Received from Mr. / Messrs: ..... إستلمنا من السيد/ السادة:

Amount: ..... مبلغ وقدره:

Cash: ..... نقداً:

Bank: ..... شيك رقم: ..... Cheque No. بتاريخ: / / Date البنك: .....

Being: ..... وذلك مقابل:

\* This voucher is not valid unless its stamped. \* هذا السند لا يعد صالحاً إلا في حال ختمه.

Management الإدارة ..... Accounting الحسابات ..... Received by المستلم .....

0112186535 ☎ 920020301 ☎ 11517 الرياض 67778 ص.ب ☎



## 6.3 الهوية البصرية

## سند الصرف

SR  ريال **سند صرف**  
Payment Voucher

HADAF **هدف**  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

Date: / / التاريخ:

Pay to Mr./ Messrs: ..... اصرفوا إلى السيد/ السادة:

Amount: ..... مبلغ وقدره:

Cash: ..... نقداً:

Bank: ..... شيك رقم: ..... Date: / / بتاريخ: ..... Cheque No. ....

Being: ..... وذلك مقابل:

\* This voucher is not valid unless its stamped. \* هذا السند لا يعد صالحاً إلا في حال ختمه.

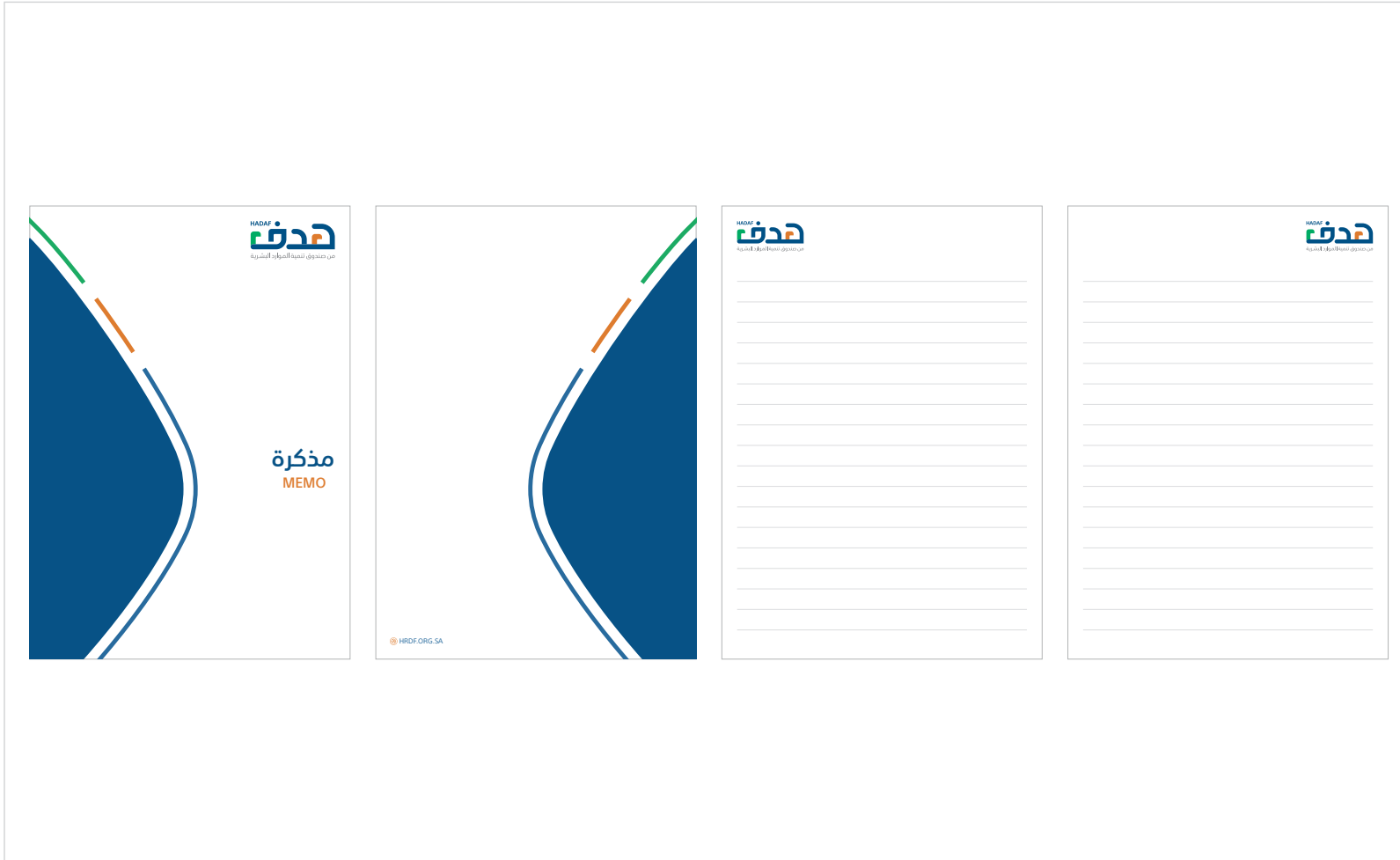
Management الإدارة ..... Accounting الحسابات ..... Received by المستلم .....

0112186535 ☎ 920020301 ☎ 11517 الرياض 67778 ص.ب ☎



## 6.3 الهوية البصرية

## دفتر الملاحظات



## 6.3 الهوية البصرية

## الختم

HADAF  
**هدف**  
من صندوق تنمية الموارد البشرية  
الإدارة العامة - Head Office



## 6.3 الهوية البصرية

## شهادة إنجاز



## 6.3 الهوية البصرية

## شكر وتقدير



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

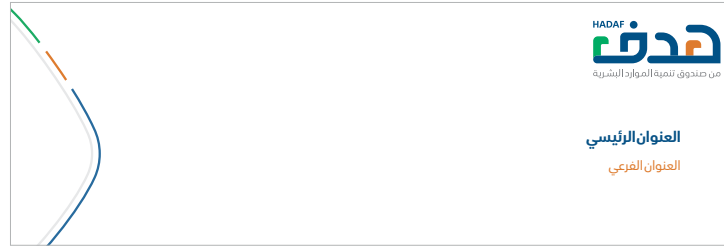
العلامة الرئيسية  
في الصفحة





## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### ترويسة الصفحة



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب العرضي (أ)

مقاس القالب:

w 1920px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

64pt

حجم خط العنوان الفرعي:

58pt

حجم النص:

40pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب العرضي (ب)

مقاس القالب:

w 1920px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

64pt

حجم خط العنوان الفرعي:

58pt

حجم النص:

40pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب المربع (أ)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

50pt

حجم خط العنوان الفرعي:

45pt

حجم النص:

29pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب المربع (ب)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1080px

حجم خط العنوان الرئيسي:

50pt

حجم خط العنوان الفرعي:

45pt

حجم النص:

29pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### القالب الطولي (أ)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1920px

حجم خط العنوان الرئيسي:

53pt

حجم خط العنوان الفرعي:

48pt

حجم النص:

36pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

### ال قالب الطولي (ب)

مقاس القالب:

w 1080px x h 1920px

حجم خط العنوان الرئيسي:

53pt

حجم خط العنوان الفرعي:

48pt

حجم النص:

36pt

يعتمد تصميم مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والتواصل السريع، لذا فإن العناوين والنصوص تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات بشكل واضح وجذاب. باستخدام نسبة مئوية تتراوح بين 30% و 40%، يمكنك تخصيص مساحة كافية للعناوين والنصوص لتكون بارزة وسهلة القراءة وتلفت انتباه الجمهور.

يمكنك تحقيق هذه النسبة عن طريق تخصيص مساحة مناسبة للعناوين الرئيسية والنصوص الأساسية في قالب مواقع التواصل الاجتماعي. قد ترغب في اختبار عينة من النصوص على القالب للتأكد من أنها تناسب النسبة المئوية المطلوبة وتعطي توازنًا بصريًا جيدًا.



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

قوالب الركائز  
تمكين


**تمكين** | **هدف**  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

**اسم البرنامج**  
مكان البرنامج

الموضوع هنا

اليوم | 01 الشهر 2023

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

رابط الحضور



**تمكين** | **هدف**  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

**اسم البرنامج**  
مكان البرنامج

الموضوع هنا

اليوم | 01 الشهر 2023

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

رابط الحضور



## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

قوالب الركائز  
إرشاد


**هدف** | إرشاد  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

**اسم البرنامج**  
مكان البرنامج

الموضوع هنا

اليوم | 01 الشهر 2023

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

رابط الحضور



**هدف** | إرشاد  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

**اسم البرنامج**  
مكان البرنامج

الموضوع هنا

اليوم | 01 الشهر 2023

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

رابط الحضور

## 6.4 قوالب مواقع التواصل الاجتماعي

قوالب الركائز  
تدريب


**هدف** | تدريب  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

**اسم البرنامج**  
مكان البرنامج

الموضوع هنا

اليوم | 01 الشهر 2023

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

رابط الحضور



**هدف** | تدريب  
من صندوق تنمية الموارد البشرية

**اسم البرنامج**  
مكان البرنامج

الموضوع هنا

اليوم | 01 الشهر 2023

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

**اسم الفعالية**  
المدرّب  
اسم المدرّب

00:00 مساءً

رابط الحضور

القسم السابع

07

---

العناصر الإعلانية

## 7.1 العناصر الإعلانية

### البوب أب



## 7.1 العناصر الإعلانية

## الرول أب



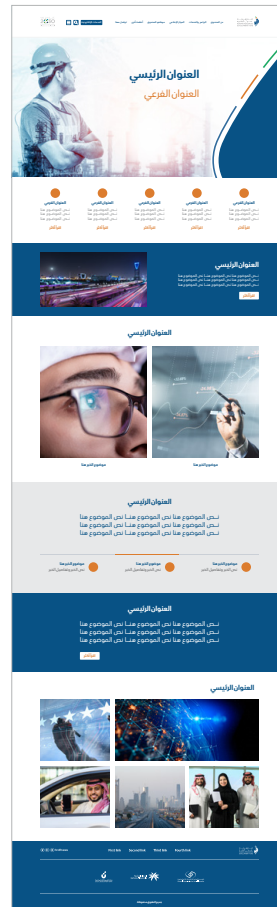
## 7.1 العناصر الإعلانية

### جناح المعارض



## 7.1 العناصر الإعلانية

## الموقع الإلكتروني



القسم الثامن

08

---

الزي الموحد



## 8.1 الزي الموحد

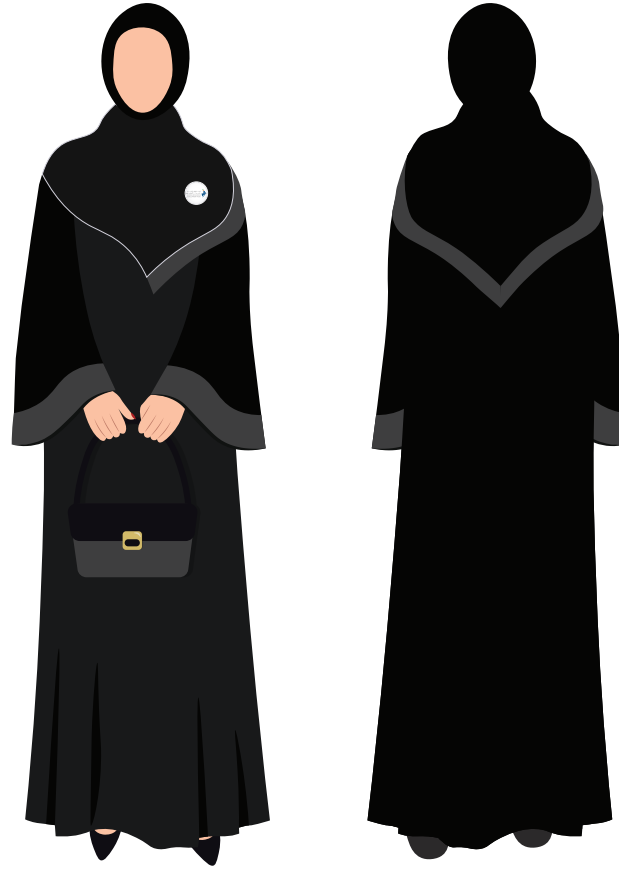
## العباءة

ينبغي على صندوق تنمية الموارد البشرية السعودية أن يضع سياسة ملزمة للالتزام بالزي الرسمي السعودي في جميع الأوقات.

يجب على جميع الموظفين والعاملين ارتداء الزي الرسمي السعودي المحدد بعناية ووضع دبوس الملابس أو الموظف بطريقة مرئية وجيدة التنظيم.

تتطلب هذه الإجراءات الالتزام بالمظهر المهني والانضباط في العمل، وتعزز الانتماء الوطني والانطباع الاحترافي للصندوق. يهدف هذا الالتزام إلى خلق بيئة عمل تنعكس فيها قيم الانضباط والاحترافية، مما يعزز سمعة ومكانة المؤسسة محلياً وعالمياً.

وبالتالي، يجب على صندوق تنمية الموارد البشرية السعودية أن يضمن توفير التدريب اللازم وتعزيز الوعي بأهمية الالتزام بالزي الرسمي. يعد هذا التوجيه جزءاً أساسياً من تعزيز هوية المؤسسة وتعزيز مستوى الاحترافية والتميز في أداء الأعمال.



## القسم الثامن

## الزي الموحد

## 8.1 الزي الموحد

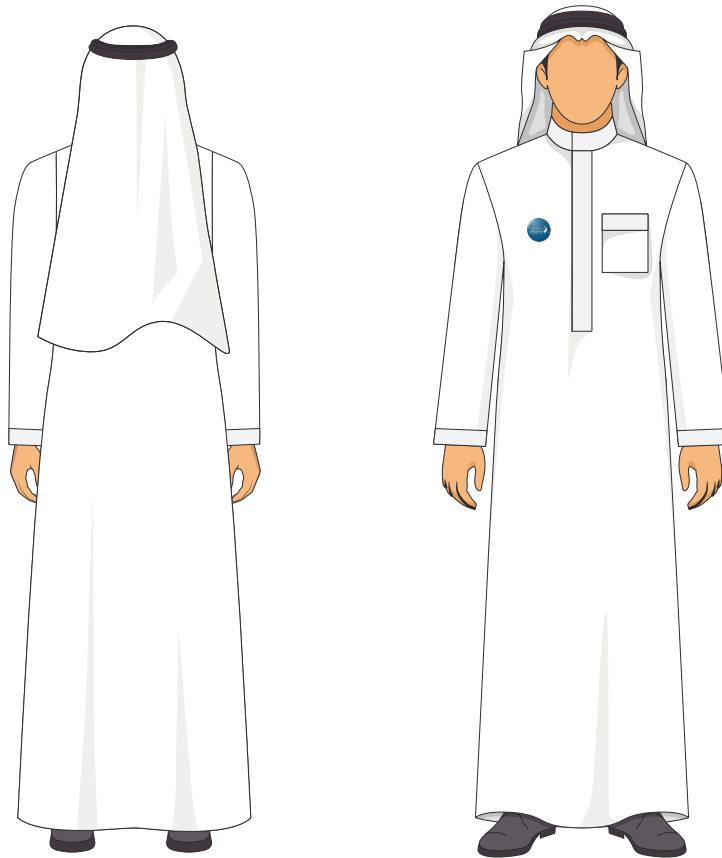
## الثوب

ينبغي على صندوق تنمية الموارد البشرية السعودية أن يضع سياسة ملزمة للالتزام بالزي الرسمي السعودي في جميع الأوقات.

يجب على جميع الموظفين والعاملين ارتداء الزي الرسمي السعودي المحدد بعناية ووضع دبوس الملابس أو الموظف بطريقة مرئية وجيدة التنظيم.

تتطلب هذه الإجراءات الالتزام بالمظهر المهني والانضباط في العمل، وتعزيز الانتماء الوطني والانطباع الاحترافي للصندوق. يهدف هذا الالتزام إلى خلق بيئة عمل تنعكس فيها قيم الانضباط والاحترافية، مما يعزز سمعة ومكانة المؤسسة محلياً وعالمياً.

وبالتالي، يجب على صندوق تنمية الموارد البشرية السعودية أن يضمن توفير التدريب اللازم وتعزيز الوعي بأهمية الالتزام بالزي الرسمي. يعد هذا التوجيه جزءاً أساسياً من تعزيز هوية المؤسسة وتعزيز مستوى الاحترافية والتميز في أداء الأعمال.



## 8.1 الزي الموحد

## القميص (أ)



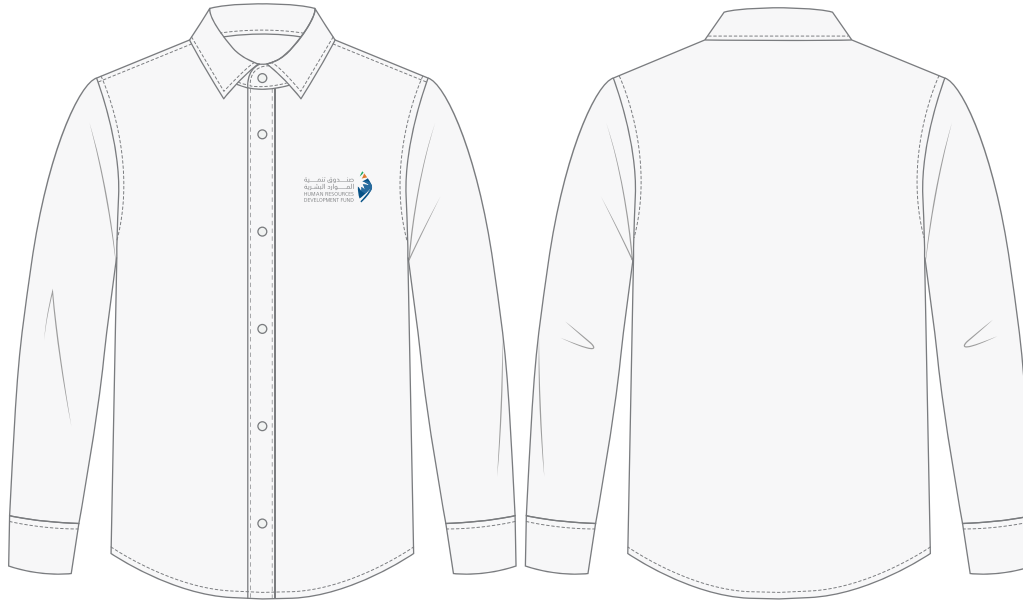
## 8.1 الزي الموحد

## القميص (ب)



## 8.1 الزي الموحد

القميص (ج)



## 8.1 الزي الموحد

### السديري



## 8.1 الزي الموحد

## دبوس الملابس



## 8.1 الزي الموحد

### القبعة





## 8.1 الزي الموحد

### خوذة السلامة



القسم التاسع

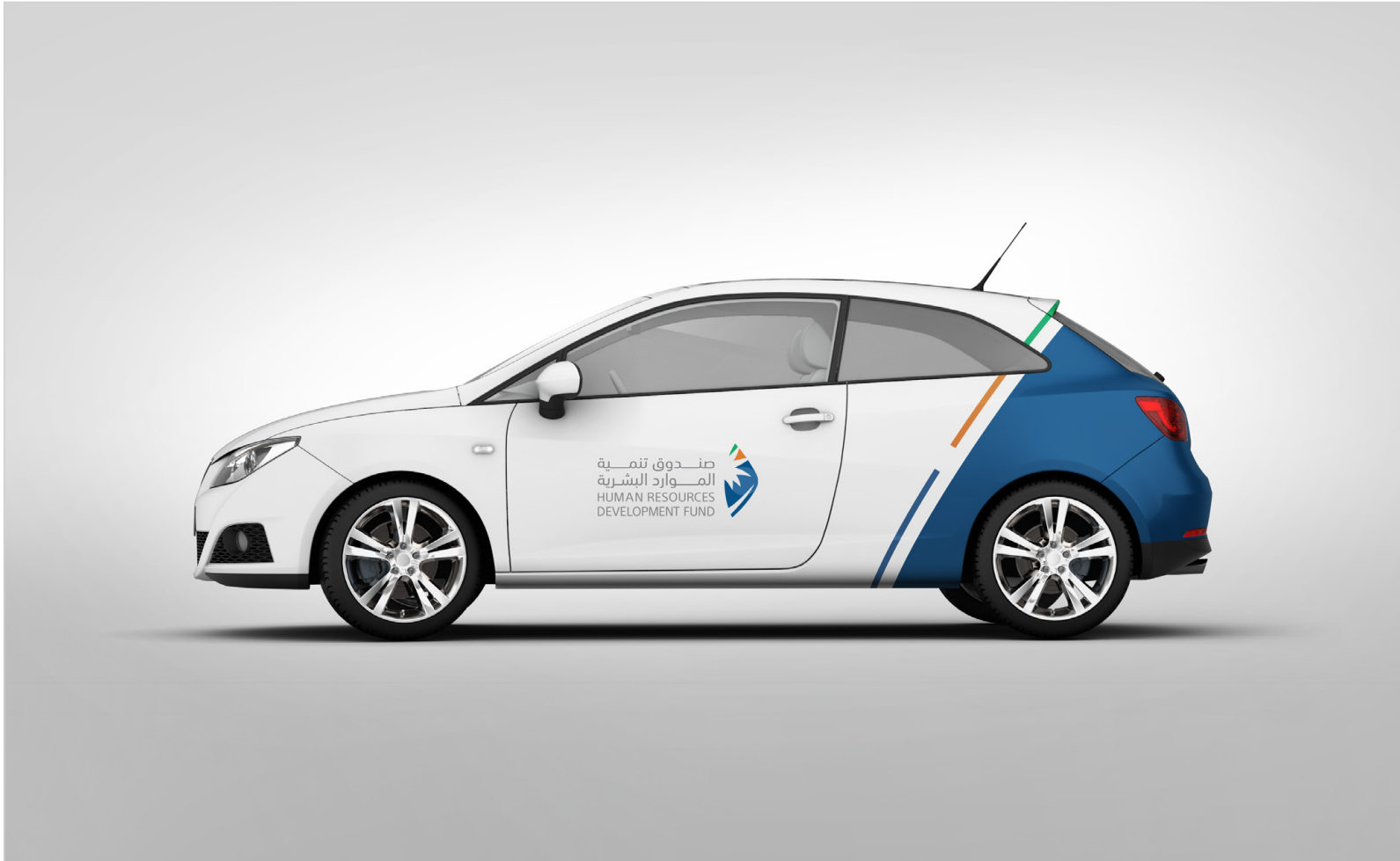
09

---

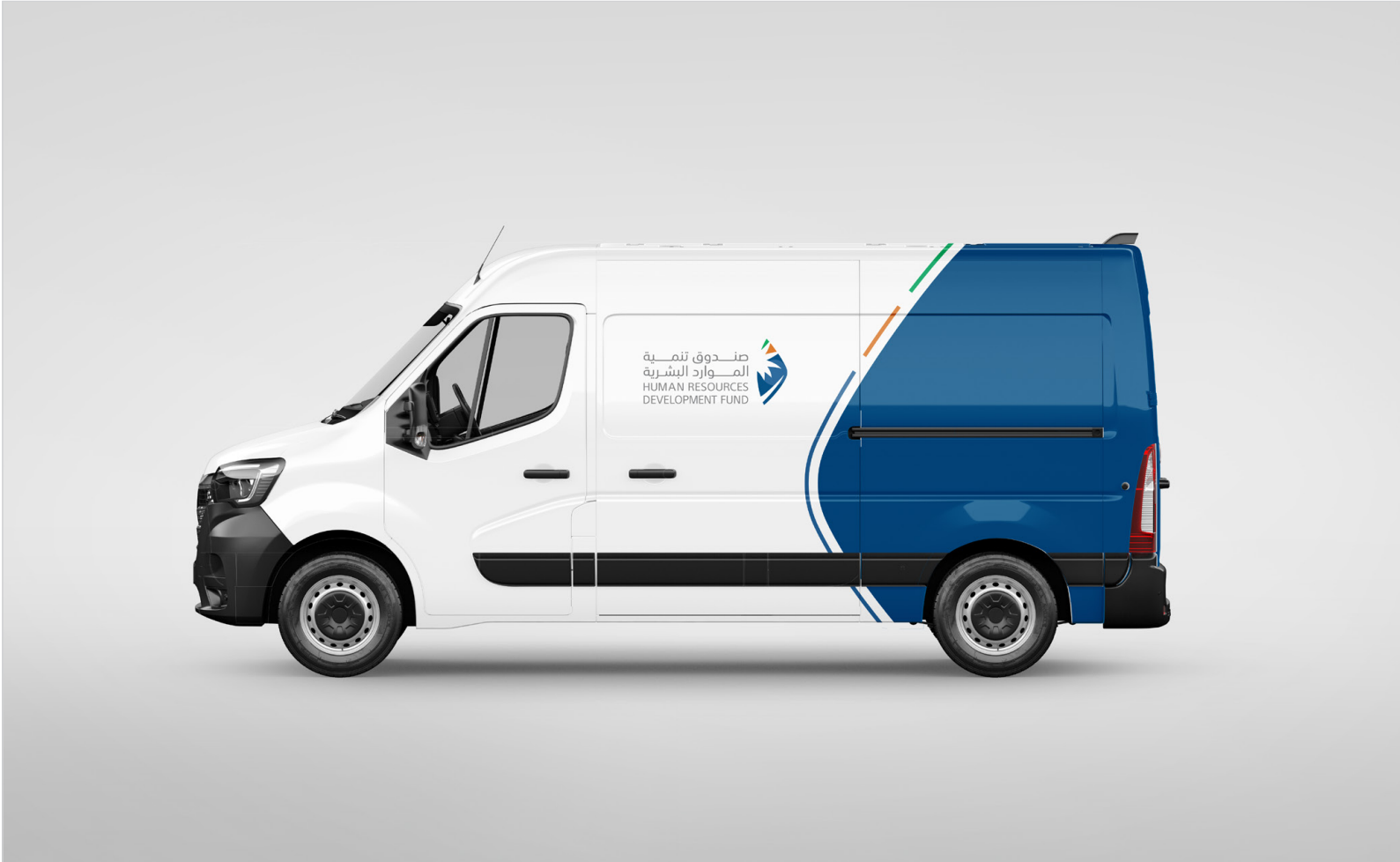
ملصقات المركبات

## 9.1 ملصقات المركبات

السيدان



9.1 ملصقات  
المركبات  
الفان الصغير



9.1 ملصقات  
المركبات  
الفان الكبير



9.1 ملصقات  
المركبات  
البيك أب



## 9.1 ملصقات المركبات

الباص (من الجانب)



## ملصقات المركبات

9.1 ملصقات  
المركبات

الباص (من الخلف)





القسم العاشر

10

---

الهدايا الدعائية

10.1 الهدايا  
الدعائية

الكأس



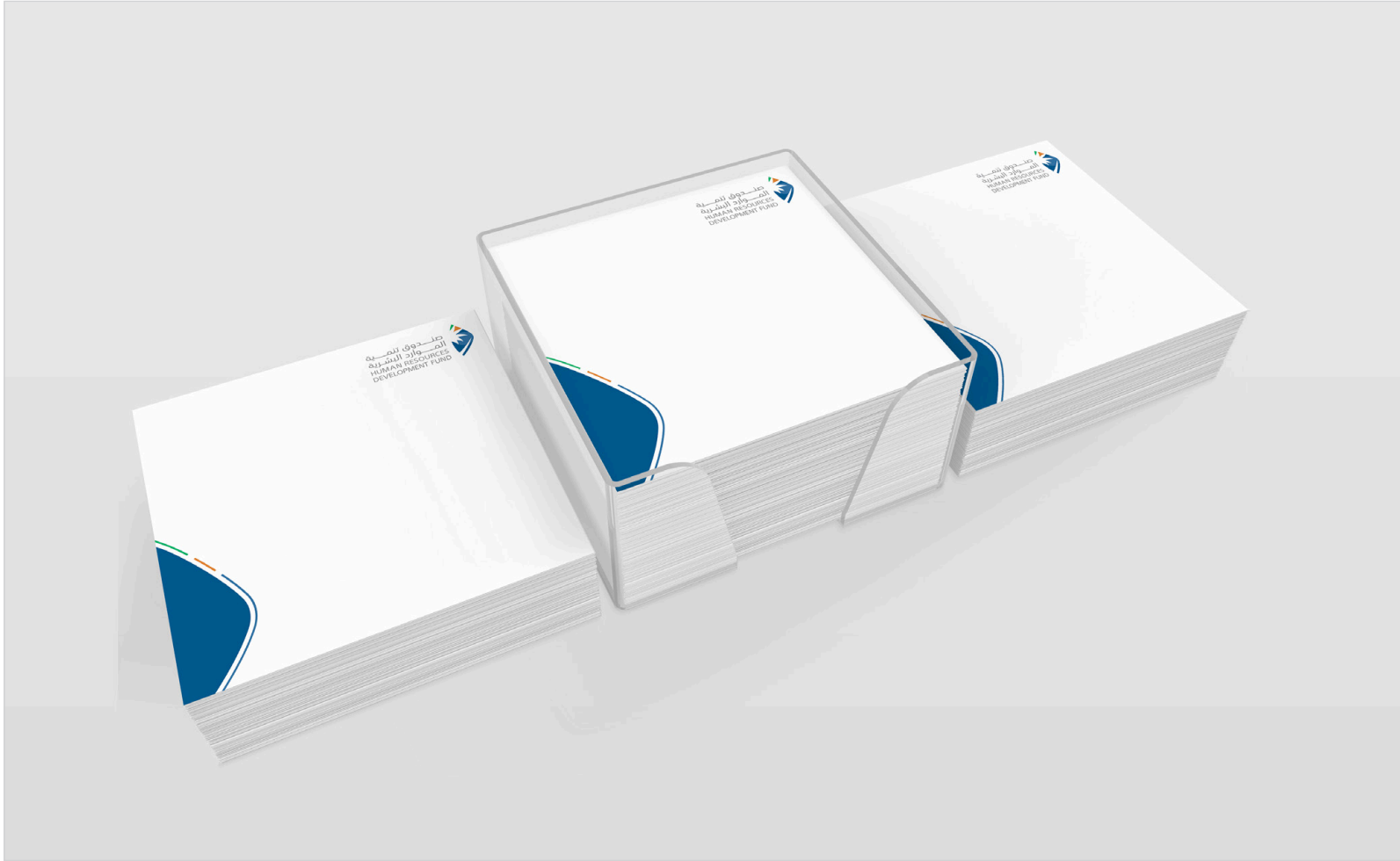
## 10.1 الهدايا الدعائية

### الحقيبة



10.1 الهدايا  
الدعائية

أوراق الملاحظات



10.1 الهدايا  
الدعائية

قلم فاخر



10.1 الهدايا  
الدعائية

الطامس



10.1 الهدايا  
الدعائية

قلم تخطيط



## 10.1 الهدايا الدعائية

القناع الصحي





10.1 الهدايا  
الدعائية

مطرة ماء



## 10.1 الهدايا الدعائية

ذاكرة تخزين



10.1 الهدايا  
الدعائية

أكياس الهدايا



## الخاتمة

إن استخدام علامة الصندوق وعلامة هدف وتطبيق الهوية البصرية بشكل صحيح في بيئة العمل الداخلية والخارجية سيساعد في إيجاد بيئة عمل جذابة وملهمة للموظفين والمتعاملين مع الصندوق، حيث ستساعد في نشر الثقة والاستدامة والتميز والتزام الصندوق بتحقيق أهدافه المتمثلة في تنمية وتطوير الموارد البشرية في المملكة.

وعلى هذا الأساس، ينبغي على الجميع الالتزام بتطبيق هذه الهوية البصرية في جميع جوانب العمل الداخلية والخارجية للصندوق، سواء كان ذلك في الاتصالات أو في الأوراق الرسمية أو في التصاميم والنماذج المتعلقة بالصندوق. ومن خلال هذا الالتزام، سيتمكن الصندوق من تحقيق رؤيته وتحقيق أهدافه بنجاح وفعالية.

**إذا قرأت للتو هذه الإرشادات الهامة، فإنك تستحق تقديرنا، إذ يدل ذلك على مشاركتك الإيمان بالتفاصيل والجودة التي نسعى دائماً إلى تحقيقها.**

ندرك جيداً أن تطبيق هذه المبادئ يتطلب وقتاً وجهداً، ولكن نؤكد أن القصص التي نرويها في جميع تواصلنا في صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف) ستكون أكثر قوة وجمالاً بفضل تلك الجهود.

نحن قد عملنا بجد وتغافٍ وبذلنا قصارى جهدنا لإنجاز هذا الدليل الشامل لعلامتنا وهويتنا البصرية على المستوى العالمي، باستخدام خبرات ومهارات فريق من الخبراء. وبما يتماشى مع المبادئ التوجيهية للمنشآت العالمية. يجب الأخذ بعين الاعتبار أن لدينا موارد وإرشادات إضافية حول علامة صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف).

إذا كان لديك أي أسئلة إضافية حول العلامة والهوية البصرية الخاصة بنا وتطبيقها في التصميم، فنحن ندعوك للتواصل مع فريقنا الخاص، فنحن دائماً سعداء بتلقي استفساراتك وتقديم المساعدة المطلوبة.



✉ [info@hrdf.org.sa](mailto:info@hrdf.org.sa)

🌐 [www.hrdf.org.sa](http://www.hrdf.org.sa)

صندوق تنمية  
الموارد البشرية  
HUMAN RESOURCES  
DEVELOPMENT FUND



[www.hrdf.org.sa](http://www.hrdf.org.sa)