



## جزوه آموزشی مبانی چاپ و تبلیغات

توجه:

این جزوه به عنوان یک جزوه ابتدائی محسوب شده و تلاش شده است مباحث مهم چاپ را به صورت مختصر و کاربردی بیان نمائیم . لکن به هیچ عنوان کامل و جامع نمی باشد و لزوما می بایستی پس از مطالعه و یادگیری آن به کتب و مراجع کامل تخصصی در هر بحث مراجعه نموده و از طریق آنها به اطلاعات کامل تری برسید.

بخش اول /

مارکتینگ چیست؟

همان اصول و مبانی بازاریابی است که شامل نحوه آشنائی با بازار و بازاریابی جهت ایجاد بازار مطلوب و بالا بردن فروش محصولات یک مرکز تولیدی می باشد .  
استفاده از بازاریابی - که واژه ای نارسا و در عین حال جا افتاده و مصطلح برای Marketing است - برای همه شرکتها و سازمانهایی که در صدد هستند بدون تسلیم در برابر تغییر ، حضوری آگاهانه در بازار داشته باشند ضرورت دارد . آنها باید تلاش کنند تا با بازاریابی ، بازاریابی ، بازاریابی ، بازاریابی سهم بازار مناسبی برای خود به دست آورند و یا عرضه محصولی خوب با قیمتی مناسب، به کارگیری روشهای مطلوب توزیع ، استفاده از تبلیغات آگاه کننده و جهت دهنده و شناسایی رقبا ، فرصتها و تهدیدهای محیطی ، سهم بازار خود را افزایش دهند و با خلاقیت ، ابتکار ، انعطاف پذیری و تطبیق منابع با نیازها و خواسته های مشتریان داخلی و خارجی ، علاوه بر افزایش سهم بازار ، مشتریان خود را نیز حفظ کنند .

مارکتینگ شامل :

بازار شناسی: تحقیقات بازاریابی و بررسی بازارها (R and D)

بازار یابی: یافتن بازار هدف و بخش بندی بازار ها

بازار سازی: ایجاد و افزایش سهم بازار - ساختن تصویر مناسب- یافتن جای دلخواه در بازار

بازار گردی: ویتترین گردی جهانی- حضور در صحنه ی مبادلات و بازارها-اطلاعات و ارتباطات بازار(شرکت در مناقصه ها و مزایده ها)

بازار گرمی: آمادگی برای رقابت-حضور در صحنه ی بازارها و نمایشگاهها-انجام تبلیغات و ترفیعات و تشویق ها

بازار سنجی: مقایسه و ارزیابی گذشته و حال خود و دیگران برای ترسیم آینده

بازار داری: افزایش و یا حفظ مشتریان (خلاقیت و نو آوری)

بازار گردی: اداره کردن بازار از طریق مدیریت(محصول- قیمت- توزیع- ترفیع)(مدیریت بازار)

بازار گرایی: توجه- تمایل- گرایش به مشتری و بازار



## کانون آگهی و تبلیغات کیاناگرافیک

بخش دوم /  
چاپ و تبلیغات:

دریافت سفارشات تبلیغاتی به تنهایی جوابگوی نیاز یک شرکت تبلیغاتی نمی باشد! لذا می بایستی اطلاعاتی هرچند مقدماتی از نحوه اجرای صحیح سفارشات چاپی را نیز یک کارشناس فروش شرکت تبلیغاتی داشته و در نحوه دریافت سفارش مشتری خود از آن استفاده کند. موارد ذکر شده ذیل اطلاعات مختصری پیرامون نکات فنی چاپ است.

سایز کاغذ: کاغذ و مقوا از نظر سایز به دو دسته تقسیم می شوند: **A - B**

$$= B1 = 100 \times 70 \text{ cm}$$

$$B2 = 50 \times 70 \text{ cm}$$

$$B3 = 25 \times 50 \text{ cm}$$

$$B4 = 25 \times 25 \text{ cm}$$

$$B5 = 17.5 \times 25 \text{ cm}$$

$$B6 = 12.5 \times 17.5 \text{ cm}$$

$$A1 = 60 \times 90$$

$$A2 = 45 \times 60 \text{ cm}$$

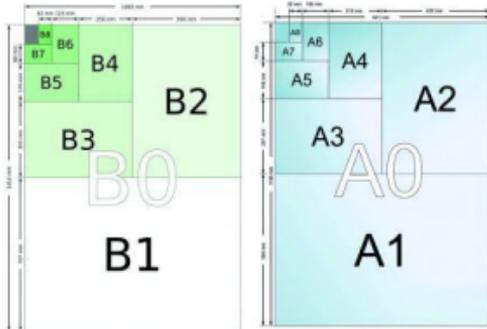
$$A3 = 30 \times 45 \text{ cm}$$

$$A4 = 22.5 \times 30 \text{ cm}$$

$$A5 = 15 \times 22.5 \text{ cm}$$

$$A6 = 11 \times 15 \text{ cm}$$

جهت یادگیری آسان تر ابعاد کاغذ و مقوا این نکته را در نظر بگیرید که اعداد بزرگتر در سایز کوچکتر کاغذ نصف شده و عدد کوچکتر ثابت قرار میگیرد.



اگر سایز کاغذ ما (A3-A4) و یا (B3-B4) باشد متناسب با نوع زینک به آنها GTO و یا PM می گویند.

مشهد - چهارراه آرادشهر - معلم ۴ - پلاک ۵۷

همراه: ۰۹۱۵۴۴۳۴۱۳۵ • تلفن: ۰۷۹۴۳۶

Email: Kiyanagraphics@yahoo.com



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

اگر سایز کاغذ و یا مقوا از B۳ یا A۳ بالا تر رفت بدان سیستم زینک دو ورق می گویند. مانند: B۲ = ۵۰\*۷۰ و A۲ = ۴۵\*۶۰  
اگر سایز کاغذ و مقوا خاص باشد مثلاً ۳۰\*۶۰ بدان سیستم ۱/۵ ورق می گویند.

گرم (گراماژ): به وزن هر یک ورق کاغذ و مقوا در ابعاد یک متر مربع گرم یا گراماژ گویند، لذا تفکیک کاغذ و مقوا نیز بر مبنای میزان گراماژ آنها می باشد که به شرح ذیل است:

کاغذ الوان (کاغذ رنگی) ۷۰ گرمی	کاغذ NCR / کاربن لس / خود کپی ۷۰ گرمی	کاغذ فانتزی (کرافت / کتان / آرت برد / چروک و ...)	کاغذ تحریر ۷۰ گرمی	کاغذ تحریر ۸۰ گرمی	کاغذ تحریر ۱۰۰ گرمی	کاغذ گلاسه ۱۱۵
گرمی	گرمی	گرمی	گرمی	گرمی	گرمی	گرمی
مقوا گلاسه ۲۰۰ گرمی	مقوا گلاسه ۲۵۰ گرمی	مقوا گلاسه ۳۰۰ گرمی و ...	کاغذ گلاسه ۱۲۵ گرمی	کاغذ گلاسه ۱۳۵ گرمی	کاغذ گلاسه ۱۵۰ گرمی	کاغذ گلاسه ۱۷۰ گرمی

تفاوت عمده ی کاغذ تحریر و گلاسه در چاپ آنهاست. در چاپ کاغذ تحریر جوهر در بافت کاغذ فرو می رود ولی کاغذ گلاسه به دلیل لایه براقی که دارد جوهر به صورت یک لایه روی کاغذ قرار می گیرد.

کاغذهای / NCR / کاربن لس / خود کپی:  
بیشترین مورد استفاده آن در چاپ و صحافی فاکتور های دو نسخه ای و سه نسخه ای است و ترتیب برگه های آن الزاماً میبایستی به صورت زیر باشد.  
سفید = فرستنده نوشته      صورتی - سبز - آبی = گیرنده + فرستنده نوشته      زرد = گیرنده نوشته



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

کاغذ های فانتزی:

کاغذ های بافت دار - کاغذ های عطر دار - کاغذ گراف - آرت برد و ... که بیشتر در مصارف کم و در جاهای خاصی که نیاز به تنوع است استفاده می شود.

مقوای پشت طوسی مثل مقوای جعبه دستمال کاغذی

لب پنجه: به فضایی گفته می شود (در حدود ۱ الی ۵/۱ سانتی متر) که در قسمت پایین یک زینک تعبیه شده و با قرار گرفتن انگشتی و گرفتن کاغذ یا مقوا و در نهایت انتقال آن در مراحل مختلف چاپ و در دستگاه چاپ استفاده می شود.



به این علامت رجیستر می گویند. رجیستر علامتی است که به وسیله ی آن محل چاپ چهاررنگ را کنترل می کنند.  
با ذره بینی به نام لوپ علامت رجیستر را کنترل می کنند تا مثلا اگر روزنامه ای با دو رنگ قرمز و مشکی چاپ می شود دو رنگ قرمز و مشکی در این علامت کاملا روی هم قرار گرفته باشند.



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

رنگ ها:

سیستم چهار رنگ = CMYK

C=(CYAN) سایان یا آبی

سیستم سه رنگ = RGB

سیستم تک رنگ = Gray scale

انواع چاپ:

۱- افست (Offset): به چاپی گفته می شود که به واسطه زینک طرح بر روی کاغذ و مقوا اعمال می شود.

۲- لارج فرمت: به نوعی چاپ گفته می شود که در ابعاد آزاد (عرض محدود و طول نامحدود) انجام می گیرد.

۳- تامپو: چاپی است که بر روی خود کارهای لاکه و ماشین حساب و تلفن و... انجام می شود. اگر این چاپ بر روی خودکار انجام شود چاپ تامپو ساده و اگر بر روی ماشین حساب و تلفن و... چاپ تامپو صنعتی محسوب می شود.

۴- سیلک: به چاپی گفته می شود که بواسطه ی شابلون بر روی انواع پارچه و برزنت و پلاستیک و گاهها مقوا انجام می گیرد.

۵- طلا کوب: چاپی است که بواسطه ی یک عدد کلیشه ی فلزی که به علت تفاوت ضخامت آن بدان ۳ میل و ۵/۱ میل گویند و با استفاده از ورقهای رنگی ( طلایی ، نقره ای و...) نوشته ی مورد نظر بر روی سر رسید و انواع جلد گالینگور و... چاپ می شود.

۶- حک داغی: شبیه به سیستم چاپ طلا کوب است با این تفاوت که هیچگونه ورق رنگی در دستگاه قرار نمی گیرد. در این روش فقط جای کلیشه ها می ماند ، بدون رنگ و همراه با زیبایی بیشتری می باشد. (بر روی چرم و یوف انجام می گیرد که جنس نرمی دارد).

۷- حک لیزری: در این روش چاپ، یک لایه از روی فلز برداشته می شود و برای چاپ روی خودکارهای فلزی و در کل اجسام فلزی استفاده می شود.

۸- فلوک: به صورت برجسته جهت چاپ بر روی پرچم های ایستاده و رو میزی استفاده می شود.

۹- دیجیتال: در مواقعی که نیاز به تکثیر تعداد محدودی کارت ویزیت و پوستر و... احساس می شود و یا در مواقعی که در زمان محدود (چند ساعت) به تعدادی کالای چاپی نیاز است از این نوع چاپ استفاد می شود.



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

انواع چاپ افست:

کارت ویزیت: کارتهای ویزیت عموماً به علت تنوع در روکش آنها تقسیم می شوند و محدودی از آنها به خاطر نوع جنس از همدیگر تفکیک می شوند.  
۱- UV۲ سلفون براق - ۳ سلفون مات - ۴ کتان - ۵ طرح چرم - ۶ واتر پروف - ۷ لامینت - ۸-PVC

سه نوع (کتان - واتر پروف - PVC) جنسشان با اسمشان یکی می باشد.  
موارد استفاده ی کارت لامینت:

۱- کارت ویزیت - ۲ کارت تماس با خارج از کشور - ۳ کارت اینترنت  
PVC = برای پرسنلی و ویزیت استفاده می شود و نیز مورد مصرف کارخانه ها (در مواقعی که پشت کارت بار کد دارد) برای حضور و غیاب است.  
غیر از کارت لامینت و PVC بقیه ی کارت ها از لبه های تیز و چهار گوش بر خوردار هستند ولی دو نوع کارت نام برده شده، دارای لبه های گرد هستند.

### انواع شکل کارت ویزیت



لب گرد



چهار گوش

جنس کارتهای ویزیت عموماً از مقوای ۳۰۰ گرمی گلاسه می باشد.  
ابعاد کارت ویزیت یک رو =  $۴/۸ * ۸/۴$  cm  
ابعاد کارت ویزیت دو رو =  $۴/۴ * ۸/۴$  cm

کارت ویزیتی که به دو قسمت تقسیم می شود و وسط آن خط تا دارد را دولت (dolat) می گویند.

خدماتی مانند قالب زنی - قالب تیغ - شابلون یو وی - شماره زنی - پرفراژ - خط تا و ..... اگر صورت بگیرد هزینه اش جدا از مشتری گرفته می شود.  
از نکات دیگر قابل توجه کارت ویزیت نوع رنگ زمینه است که متناسب با نوع روکش و جنس آن می بایستی متفاوت در نظر گرفته شود. ( آئین نامه طراحی)



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

اوراق اداری: به مجموعه کالاهای چاپی مورد نیاز اکثر شرکتها و مراکز اداری جهت انجام امور نامه نگاری اوراق اداری گویند که شامل:

۱- اسر برگ A۵ - A۴ - یادداشت A۶

سر نسخه: سر برگی است که صحافی چسب آن از سمت چپ می خورد و بیشترین مصرف آن جهت نسخه پزشکان است.

۲- پاکت نامه ۲۲\*۱۱ (سمت راست محل اطلاعات و آدرس گیرنده است و سمت چپ محل اطلاعات و آدرس فرستنده)

۳- پاکت A۳ - A۴ - A۵

۴- پاکت CD

۵- لیبل CD

۶- فاکتور (۲) B۴ - B۵ - A۴ - A۵ نسخه ای و ۳ نسخه ای) (الوان و کاربن لس)

ترتیب رنگ کاغذهای مورد استفاده در فاکتور متناسب با تعداد نسخه آن متفاوت می باشد.

اگر فاکتور دو نسخه ای باشد هر دو برگ ۱ شماره به حساب می آید.

و در صورتی که فاکتور سه نسخه ای باشد هر سه برگ ۱ شماره به حساب می آید.

پرفراژ: نقطه هایی که در کنار یکدیگر قرار می گیرند تا دو کاغذ به راحتی از یکدیگر جدا شوند.

نکته: در فاکتور به دلیل فشار کمی که به برگه ها وارد می شود و جای خطوط به برگه های بعدی منتقل می شود برگه ی آخر را زرد می گذارند.

پوستر: به کاغذهای یکرویی گفته می شود که بر روی آن مطالبی در مورد نام، نوع فعالیت، آدرس و تلفن یک شرکت و یا یک آموزشگاه و ... چاپ شده و بروی تابلوی اعلانات و بردهای مخصوص نصب می شود.

تراکت: به کاغذهای کوچک در ابعاد A۵ و A۶ می گویند که به صورت یکرو و دو رو و بر روی کاغذهای رنگی چاپ شده و در سطح شهر، مغازه ها، ادارات، منازل مسکونی و ... توزیع می شود.



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

### کاتالوگ و بروشور:

کاتالوگ اغلب دارای صحافی است و معمولا سایز آن A۴ و جنس آن از مقوا است. در کاتالوگ تصاویر بیشتر و مطالب کمتر خود را نشان می دهند. بروشور معمولا در ابعاد A۴ و به صورت سه خط تا تهیه می شود.

هر گاه مقدار تصاویر و مطالب هر دو زیاد باشد بدان کاتالوگ بروشور می گویند.

ساک دستی خرید کاغذی:

به عنوان بهترین برد تبلیغاتی متحرک در سطح شهر می توان از ساک دستی خرید کاغذی نام برد که متناسب با نوع محصول و طراحی خوب خود توانسته است جایگاه مناسبی را در میان کالاهای چاپی به خود اختصاص دهد.

الف) یک تکه ای: اگر برای ساخت ساک از یک کاغذ استفاده شود بدان ساک دستی کاغذی یک تکه ای گویند.

ب) دو تکه ای: اگر برای ساخت ساک دستی کاغذی از دو کاغذ استفاده شود بدان ساک دو تکه ای گویند.

در قسمت کف ساک دستی و زیر محل دسته ها مقوای محکمی قرار می دهند تا ساک استحکام بیشتری پیدا کند.

ابعاد انواع ساک بر حسب (پهنا\*ارتفاع\*عرض) مثلا (۷\*۲۵\*۱۷) تفکیک می شود و از نظر نوع روکش نیز عموما به علت مقاومت بالا از سلفون براق و مات استفاده می کنند.

از جنس های دیگر مرسوم در بازار می توان به کاغذ گراف و مقوای آرت برد اشاره کرد.

### فولدر (FOLDER):

پوشه هایی از جنس کاغذ، مقوا و یا پلاستیک برای قرار دادن کاغذها و اسناد در داخل آنها.

معمولا در طراحی و نوع قالب استفاده شده برای فولدر محلی را برای قرار دادن سی دی های مولتی مدیا و کارت ویزیت نیز در نظر می گیرند. گاهی کاتالوگ در داخل فولدر منگنه می شود که بدان کاتالوگ فولدر می گویند.



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

کتاب و مجله:

جعبه:

سر رسید:

سر رسید شامل:

۱- روکش: گالینگور - سلفونی - چرمی - یوف - فانتزی

۲- مقوای جلد سر رسید که بدان مقوای کرجی می گویند.

۳- آستر بدرقه: کاغذی است در اندازه ی B۳ که ارتباط دهنده ی جلد و مقوا است.

۴- افتتاحیه: به صفحاتی گفته می شود که شامل بسم الله، ساعت و تاریخ سال تحویل و... می باشد و در ابتدای سر رسید قرار می گیرد.

۵- نوع صحافی سر رسید به علت نیاز به مقاومت بالا می بایستی ته دوخت باشد.

نکته: اگر یک روز در صفحه باشد بدان ۱ روزه می گویند ولی اگر ۷ روز در یک صفحه باشد بدان هفته ای می گویند.

۲- لارج فرمت:

تفاوت عمده ی چاپ افست با لارج فرمت: ۱- سایز چاپ لارج فرمت چندین برابر چاپ افست است. ۲- مقاومت لارج فرمت بیشتر از افست است. ۳- کیفیت تصویر و نوشته

در لارج فرمت (البته در فاصله نزدیک) کمتر از افست است.

خانواده لارج فرمت به دو دسته تقسیم می شوند:

الف - Out door = چاپهای مورد استفاده در فضاهای خارجی (بیرونی). که دو دسته است: ۱- فلکس ۲ (( flaxi - بنر (baner)

مشخصات فلکس با بنر :

فلکس: کیفیت برتر / انتقال نور / قیمت بالا تر / بالا بودن مقاومت در برابر گرما و سرما و رطوبت

بنر: کیفیت پایین تر / عدم انتقال نور / ارزان تر / مقاوم در برابر گرما و سرما و رطوبت

معمولا تصاویری که در out door چاپ می شود را باید از دور مشاهده کرد.

عرض فلکس و بنر محدودیت دارد ولی طولشان محدودیت ندارد. مانند طاقه ی پارچه است.

در حال حاضر بیشترین عرض مورد استفاده ۲۰/۳ متر می باشد.



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

ب- In door = چاپهای مورد استفاده در فضاهای داخلی است را شامل می شوند که از مشخصات آنها می توان به :  
قیمت بالا / عدم مقاومت مناسب در برابر رطوبت ، گرما و سرما / کیفیت تصویر بالا و...  
اشاره کرد .

که به چند دسته تقسیم می شود:

- ۱- کوتد لامینت - ۲- استیکر - ۳- مش - ۴- وینیل - ۵- بک لایت - ۶- کنواس و ...
- ۱- کوتد لامینت: چاپی است که در آن از کاغذ کوتد و روکش لامینت استفاده می کنند. موارد استفاده ی آن در تزئینات غرفه های نمایشگاهی و روی استند است.
- ۲- استیکر: به بر چسب هایی گفته می شود که پشت شیشه ی مغازه ها استفاده می شود.
- ۳- مش:
- ۴- وینیل: بر چسبی است از جنس نوعی پلاستیک و در مغازه ها استفاده می شود .
- ۵- بک لایت : نور را از خودش عبور می دهد و کیفیت بالایی دارد.

۳- انواع روکش:

- ۱- یووی (UV) که به دو دسته تقسیم می شود :  
الف) سیلک: براق / گرانتر / قابلیت شابلون / سرعت کمی دارد.  
ب) سیلندری: براق تر / ارزان تر / قابلیت شابلون ندارد / سرعت زیادی دارد / بوی شیمیایی تندی نیز دارد.
- ۲- سلفون که دو نوع دارد: الف) براق (ب) مات
- ۳- لامینت که دو نوع دارد: الف) براق (ب) مات
- ۴- ورنی
- ۵- سلفون برجسته طرح دار
- ۶- سلفون مات جرقه گیری شده
- و ...



## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

### ۴- هدایای تبلیغاتی:

- تنوع بسیار زیادی داشته و عموماً جهت نمایشگاهها ، جشنواره ها ، هدایای نوروزی و ... استفاده می شود .
- ۱- سر کلیدی
  - ۲- خودکار
  - ۳- ساعت رومیزی ، دیواری و مچی
  - ۴- تقویم
  - ۵- سر رسید
  - ۶- لیوان و زیر لیوانی
  - ۷- پد موس
  - ۸- ست مدیریتی
  - ۹- ساک دستی کاغذی ، چرمی ، پارچه ای و...
  - ۱۰- نایلون
  - ۱۱- کلاه و تی شرت
  - ۱۲- کیف
  - ۱۳- بادکنک
  - ۱۴- کتابهای نفیس و...

### ۵- غرفه آرایبی + سازه های نمایشگاهی :

- جهت تزئین غرفه های نمایشگاهی و فضاهای داخلی مورد استفاده دارند .
- ۱- اسپیس فریم
  - ۲- استند کراس
  - ۳- استند ایکس
  - ۴- رول آپ
  - ۵- میز کانتر
  - ۶- پاپ آپ
  - ۷- قاب فتری
- و ...





## کانون آگهی و تبلیغات کیانا گرافیک

۶- انواع صحافی:

انواع صحافی متناسب با نوع کالای چاپی متفاوت می باشد و عموماً شامل:

- ۱- منگنه لوپ
- ۲- منگنه ساده
- ۳- فنر دابل و تکی: پلاستیکی و فلزی
- ۴- چسب گرم
- ۵- ته دوخت

۷- انواع سیستم چاپ افست دو رو:

- ۱- چاپ دو رو به روش کتابی
- ۲- چاپ دو رو به روش سکه ای
- ۳- چاپ دو رو با دو دستگاه زینک مجزا

### انواع سیستم بستن زینک دور



حسین همدانی گلشن