

ردیف	عنوان	توضیحات	وزن	امتیاز
۱	رابط کاربری ^۱			
۱-۱	سازگاری با مرورگرهای رایج به صورتی که وبسایت در همه مرورگرها به یک شکل واحد مشاهده شود	حداقل چهار مرورگر زیر: Internet Explorer (IE), Opera (O), Fire Fox (FF), Google Chrome (GC)	۵	
۱-۲	طراحی واکنش‌گرا ^۲ برای قالب (برای کلیه صفحات سایت و زیرسایت‌ها)	در جهت نمایش صحیح سایت در نمایش‌گرهای با سایز مختلف (مانیتور، موبایل، تبلت) - سیستم عامل‌های IOS و Android	۱۰	
۱-۳	کاربرپسندی و جذابیت دیداری	ترکیب رنگ‌های متناسب با موضوع و عنوان سایت، جداول، اشکال، متون، تصاویر، طراحی و چیدمان صفحه اصلی	۲۰	
۱-۴	طراحی یک قالب ^۳ ثابت در کل وبسایت	در صورت استفاده از مدل Tabular در صفحه اصلی، حداقل سرفهجه ^۴ (Banner) و پاصفحه ^۵ در کلیه صفحات یکسان باشد	۱۰	
۱-۵	تغییر چیدمان اجزای اصلی وبسایت مانند بنر و منوها برای زبان دوم	برای مثال منوی اصلی برای زبان فارسی، سمت راست و برای انگلیسی، سمت چپ قرار گیرد	۵	
۱-۶	استفاده از طرح و شمای مشابه در وبسایت‌های چند زبانه	برای سایر زبان‌های سایت، از تمپلیت مشابه (با رعایت بند فوق) زبان اصلی استفاده گردد	۵	
۱-۷	طراحی صفحه اصلی با اسکرول ارتفاعی، مشروط بر استفاده از آیکن‌ها و کادرها، عناوین و منوهای بزرگ و مناسب جهت استفاده ساده‌تر و کلیک در کلیه نمایشگرهای لمسی	براساس آخرین استاندارد سئو ^۶ ، (در این حالت عدم وجود اسکرول افقی همچنان مدنظر است)	۱۵	
۱-۸	استفاده از فونت‌های با استاندارد یونی‌کد ^۷ و خوانا	مانند Tahoma با سایز مناسب (در سایز Small و یا ۱۲ Point و یا ۱۳px)	۵	
۱-۹	رنگ‌های استفاده شده در قالب و متون باید متناسب با موضوع وبسایت باشد	- به دلیل جایگاه وبسایت به عنوان انتشار دهنده محتوای معتبر، مجاز به استفاده هر رنگی در قالب وبسایت نیستیم - همچنین از تعدد زیاد رنگ متن در یک صفحه پرهیز شود	۵	
۱-۱۰	تمایز رنگ بین متن و زمینه	رنگ متون و آیکن‌ها با زمینه صفحه تمایز داشته باشد تا خواندن و مشاهده آن برای افراد (خصوصاً کم‌توان) راحت باشد	۱۰	
۱-۱۱	از Italic و Bold نمودن فقط برای عناوین کوتاه استفاده شود		۵	
۱-۱۲	استفاده مناسب از جلوه‌های رسانه‌ای	در صورت استفاده از تصاویر و Flash، با ابعاد مناسب، کم حجم و نیز مرتبط با موضوع فعالیت وبسایت استفاده شده باشد	۱۰	
۱-۱۳	ارائه کلیه مطالب توسط متن (html) بوده و در صورت لزوم امکان دانلود فایل (با فرمت Doc, pdf) در کنار متن	در صورت عدم نیاز به استناد، از تصویر متن استفاده نگردد. موتورهای جستجو توانایی خواندن متن فایل‌های PDF را دارند، بنابراین استفاده از فایل‌های متنی PDF بر استفاده از نوع تصویری آن ارجحیت دارد.	۱۰	
۱-۱۴	فعال بودن کلیک راست	این قابلیت امکان کپی کردن متن را به بیننده خواهد داد	۵	
۱-۱۵	نسخه قابل چاپ برای کلیه صفحات		۱۰	
۱-۱۶	فیلترگذاری اختصاصی دربخش‌های دارای تعدد اسناد	در جهت سهولت دسترسی به اطلاعات در بخش‌هایی مانند قوانین و مقررات بتوان بر اساس آیتمی مانند تاریخ یا موضوع فیلتر یا مرتب سازی کرد (تفاوت فیلتر با جستجوی پیشرفته در این است که فیلتر فقط اطلاعات همان بخش را نمایش می‌دهد)	۵	
۱-۱۷	ایجاد بخش اختصاصی برای افراد کم‌توان	توسط یک آیکن واضح و مشخص، کاربر به صفحه مخصوص افراد کم‌توان راهبری شود که شامل اطلاعات عمومی سازمان (با محتوای بندهای © و ☉) با فونت درشت و امکان پخش صوت محتوای مربوطه باشد	۱۰	
۱-۱۸	(فرم) - مشخص بودن فیلدهای اجباری در فرم‌های الکترونیک	مشخص بودن فیلدهای اجباری با ستاره یا ذکر کردن	۵	

^۱ User Interface

^۲ Responsive

^۳ Template

^۴ Header

^۵ Footer

^۶ SEO (Search Engine Optimization)

^۷ Unicode

۱-۱۹	(فرم) - توضیح متنی نحوه تکمیل هر فیلد	هدف از این امکان راهنمایی کاربران است که می‌تواند به دو صورت داخل ^۸ فیلد و بیرون فیلد نمایش داده شود	۵
۱-۲۰	(فرم) - پیغام خطای مجزا برای هر فیلد	برای مثال در صورت اشتباه وارد کردن شماره تلفن یا ایمیل نامعتبر، اعلام خطا نماید	۵
۱-۲۱	(فرم) - امکان پرکردن فیلدها با لغات پیشنهادی خودکار برای یکپارچگی پایگاه داده‌ها	استفاده از لیست کشویی، رادیویی و یا چند گزینه‌ای	۵
۱-۲۲	(فرم) - امکان مشاهده فرم تکمیل شده قبل از ارسال نهایی	جهت اطمینان بازدیدکننده از صحت اطلاعات	۵
۱-۲۳	(فرم) - امکان اخذ خروجی فایل از فرم تکمیل شده	خروجی‌ها می‌توانند با فرمت‌های اکسل، ورد یا پی‌دی‌اف باشند	۵
۱-۲۴	(فرم) - نمونه فرم پر شده و راهنمای نحوه تکمیل فرم	قبل از ورود به فرم اصلی به صورت متن یا فایل راهنما با فرمت Doc یا PDF	۱۵
۱-۲۵	(فرم) - امکان جابجایی بین فیلدها توسط کلید پرش ^۹	باینده باید بتواند با کلید Tab، فیلد فعال را به ترتیب چپ‌نش آن انتخاب نماید	۵
۲	نحوه پیمایش بین صفحات^{۱۰}		
۲-۱	(آدرس) - انتخاب آدرس ^{۱۱} مناسب برای دامنه با مشخصات: <ul style="list-style-type: none"> مرتبط با موضوع، کوتاه و ساده (دیدگاه بازاریابی) دارای کلمات کلیدی (دیدگاه سئو) 	موتورهای جستجو نیز از فائده مرتبط بودن آدرس (در صورت عدم مخفف بودن) با محتوای وبسایت استفاده می‌کنند	۱۰
۲-۲	(آدرس) - آدرس سایت (صفحه اصلی) نباید دارای بخش اضافی باشد	برای مثال: www.site.ir/x.asp اشتباه است همچنین در برخی وبسایت‌ها، بعد از پیمایش در یکی از صفحات، در برگشت به صفحه اصلی، نباید بخشی به آدرس وبسایت افزوده شود	۱۰
۲-۳	وجود نقشه سایت یا فهرست موضوعی	نمایش کلیه سطوح (حداقل سه سطح) در نقشه سایت	۵
۲-۴	تناسب عمق وبسایت	بازدیدکننده حداکثر با سه کلیک به صفحه مورد نظر دست یابد و این موضوع در آدرس نیز نمود داشته و با حداکثر سه پوشه به فایل یا محتوای مورد نظر دست یابد. برای مثال: www.site.ir/site/search/x.php	۱۰
۲-۵	عناوین اصلی منو حداکثر می‌توانند دارای دو زیرمنو باشند	این بند، مربوط به بررسی ظاهر منوها بوده و ارتباطی با بند "عمق وبسایت" ندارد	۱۰
۲-۶	امکان دسترسی به صفحه اصلی سایت از همه صفحه‌ها	حداقل به یکی از شیوه‌های زیر: <ul style="list-style-type: none"> مشاهده عنوان "صفحه اصلی" در همه صفحات و در یک جای واحد لینک بودن آرم شرکت (موجود در بنر) به صفحه اصلی 	۵
۲-۷	ناوبری مناسب در همه صفحات	مشخص بودن مکان فعلی بازدیدکننده در هر نقطه ^{۱۲} و وجود پیوند به یک صفحه بالاتر	۵
۲-۸	دسترسی مستقیم به صفحات و بخش‌های مهم جایگاه از صفحه اصلی	باینده به راحتی بتواند به بخش‌های مهمی مانند خدمات الکترونیک، قوانین و مقررات و... دست پیدا نماید. این عناوین می‌توانند یکی از عناوین منوی اصلی بوده و یا توسط آیکن‌های مشخص و با کیفیت و طراحی مناسب جهت راهنمایی بهتر تحقق پذیرد	۵
۲-۹	باینده باید به راحتی، بدون فکر و تحلیل به مطلب مورد نظر دست یابد	این عبارت برگرفته از کتب معتبر بین‌المللی بوده و عبارت "بدون فکر و تحلیل" در وبسایت‌های معروف دنیا کاملاً موضوع جاافتاده‌ای است	۱۰
۲-۱۰	جستجوی ساده	کلید محتوای سایت باید در این بخش قابل جستجو باشد	۵
۲-۱۱	جستجوی پیشرفته	امکان فیلترگذاری برای کل محتوای وبسایت (امکان ترکیب کردن همزمان چند فیلتر)	۵
۲-۱۲	(پیوندها) - لینک‌های خارجی (بجز صفحات داخلی خود وبسایت) در صفحه جدید باز شوند	این امکان باعث می‌شود تا باینده از صفحه مورد بازدید خارج نشود نکته: کلید URL‌های درج شده در این بخش باید لینک به همان آدرس بوده تا باینده نیاز به کپی کردن آدرس در مرورگر را نداشته باشد	۵
۲-۱۳	(پیوندها) - عدم وجود لینک‌های غیرفعال (داخلی و خارج جایگاه)	عدم وجود پیوندهایی با نشانی اشتباه یا نشانی‌هایی که قبلاً فعال بوده و اکنون غیرفعال شده است	۱۰

^۸ Watermark

^۹ Tab

^{۱۰} Website Navigation

^{۱۱} URL (Uniform Resource Locator)

^{۱۲} Bread-Crums

۲-۱۴	(پیوندها) - معرفی آدرس سایر وبسایت‌ها	دستگاه‌های بالادستی، زیرمجموعه، وبسایت‌های همکار و مرتبط (سازمان‌های غیروابسته) با دسته‌بندی مناسب و مجزا این بخش می‌تواند تحت عنوان "پیوندها" ایجاد شود	۵
۲-۱۵	(پیوندها) - آدرس‌های معرفی شده در بخش پیوندها باید شامل دو آیتِم "نام وبسایت" و "آدرس (URL)" به صورت مجزا باشند	پیشنهاد می‌شود این معرفی این دو آیتِم در دو ستون یک جدول صورت گیرد	۵
۲-۱۶	(پیوندها) - مرتبط بودن آدرس‌های معرفی شده با موضوع وبسایت	مرتبط بودن وبسایت‌هایی که لینک سایت مورد بررسی را در وبسایت خود معرفی می‌کنند (لینک گیرنده) نیز از آیتِم‌های مورد ارزیابی سئو است که در این ارزیابی به آن پرداخته نمی‌شود	۵
۲-۱۷	(پیوندها) - لینک به فهرست وبسایت‌های صنعت آب و برق - موجود در پرتال وزارت نیرو به آدرس www.moe.gov.ir	به دلیل تغییرات مستمر آدرس شرکت‌های مرتبط با صنعت آب و برق، لینک به پرتال وزارت نیرو به عنوان مرجع	۱۰
۲-۱۸	(پیوندها) - معرفی لینک عضویت در شبکه‌های اجتماعی دارای مجوز	وجود کانال اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی دارای مجوز	۵
۲-۱۹	درج حداقل ۱۰۰ عبارت کلیدی (کلیدواژه ^{۱۳}) با در نظر داشتن نکات زیر: <ul style="list-style-type: none"> مرتبط بودن آن با محتوای وبسایت وجود محتوای مرتبط با عبارات کلیدی وجود محتوای مشتمل بر عبارات کلیدی میزان استفاده کاربران از آن در جست و جوها میزان رقابت بر روی آن در بین سایت‌های رقیب 	ارزیابی این مورد، بعد از هماهنگی با مسئول وبسایت و گرفتن دسترسی به پنل CMS انجام می‌شود. نکته ۱: درج کلماتی با اشتباه تایپی (که ممکن است کاربران در موتورهای جستجو به دلیل نزدیک بودن برخی حروف مشابه به هم بر روی کیبورد به اشتباه تایپ کنند) یا حالت‌های رایج اشتباه املائی کلمات، در کنار کلمه صحیح پرکاربرد نیز می‌تواند موثر باشد (برای مثال: انرژی و انرژی - برق و برف - آب و آی) نکته ۲: از عبارات کلیدی چند کلمه‌ای بیشتر استفاده کنید (عبارت‌های تک کلمه‌ای بسیار رقابتی بوده و دقیقاً بازار هدف را مشخص نمی‌کنند) نکته ۳: به ازای هر عبارت باید محتوایی وجود داشته باشد. نکته ۴: عبارات کلیدی را برای همه صفحات استفاده کنید تا بجز صفحه اصلی، رتبه ^{۱۴} سایر صفحات نیز در موتورهای جستجو ارتقاء یابد.	۲۰
۲-۲۰	پیغام خطا مناسب در هنگام مشاهده صفحاتی که وجود ندارند	تنظیم مشاهده پیغام "صفحه مورد نظر پیدا نشد" به جای پیغام‌های خطای "Page Not Found ۴۰۴" یا "cannot display the webpage" با هدف خارج نشدن بیننده از وبسایت	۵
۳	محتوا ^{۱۵}		
۳-۱	پرچم کامل و رسمی جمهوری اسلامی ایران ۱- سرخ بودن رنگ آرم "... و وسط پرچم از الزامات است ۲- در اندازه‌های کوچک، نمایش تعداد صحیح ... اکبرها الزامی نیست ۳- نمایش پرچم به صورت موج (موج‌دار) نیز مورد قبول است ۴- از اجزاء تمپلیت بوده تا در کلیه صفحات قابل مشاهده باشد	پرچم جمهوری اسلامی دارای شرایط و مشخصات الزامی است که در برخی جایگاه‌ها رعایت نمی‌شود. (برای مثال آرم ... وسط پرچم با رنگی غیر از قرمز نمایش داده شده است) آیتِم‌های اصلی و استاندارد پرچم جمهوری اسلامی ایران: ۱- سه رنگ، از بالا به پایین به ترتیب سبز، سفید، سرخ ۲- آرم به رنگ سرخ و در وسط ناحیه سفید ۳- ۱۱ ... اکبر در حاشیه پایین رنگ سبز ۴- ۱۱ ... اکبر در حاشیه بالای رنگ سرخ مرجع: سایت سازمان استاندارد http://www.isiri.gov.ir/portal/files/std/1.htm	۱۰
۳-۲	بنر وبسایت شامل نام کامل شرکت، آرم و URL باشد	این موضوع شامل کلیه زبان‌های وبسایت است و عبارت کامل لاتین حروف اختصار استفاده شده در URL یا نام انگلیسی شرکت نیز در بنر درج گردد. درج URL در بنر باعث می‌شود تا در صورت ذخیره یا پرینت هر صفحه از جایگاه، آدرس جایگاه نیز قابل مشاهده باشد.	۱۰
۳-۳	(متن) - رعایت قواعد املائی، نگارش و انشایی	با توجه به رسالت اطلاع‌رسانی و کمک به خواننده، از اغفال و بزرگنمایی خودداری گردد	۵
۳-۴	(متن) - عدم استفاده از واژگان بیگانه برای کلماتی که معادل فارسی آن وجود دارد	---	۵

^{۱۳} Keyword
^{۱۴} Rank
^{۱۵} Content

۳-۵	(متن) - پاراگراف‌بندی متون طولانی که باید در یک صفحه نمایش داده شوند	در صورت امکان، متون خیلی طولانی (در جهت استفاده بهینه از مطلب)، به بخش‌های کوتاه‌تر و با عناوین مناسب تقسیم گردد	۵
۳-۶	(متن) - چگالی کلمات کلیدی در بین متن حداکثر ۱۰٪ است	برای مثال حداکثر تعداد مجاز استفاده از یک عبارت کلیدی در یک متن ۱۰۰ کلمه‌ای ۱۰ است (البته برای متون طولانی‌تر این میزان کمتر است)	۵
۳-۷	(متن) - گویا و واضح بودن متون و محتوا، پوشش و جامعیت اطلاعات، مطابق بودن محتوا با هدف و مأموریت وبسایت	ابهامی برای بیننده باقی نمانده و بدون نیاز به تماس تلفنی یا مراجعه حضوری به هدف خود برسد. این بند متون و محتوا را در حالت کلی ارزیابی می‌کند و انشاء متون را بررسی نمی‌کند.	۱۰
۳-۸	(متن) - استفاده از عبارت‌های کلیدی در متن، طبق استاندارد سئو	<ul style="list-style-type: none"> پاراگراف اول هر صفحه (یا یک سوم ابتدایی هر متن) باید به خوبی محتوای کل صفحه را (با استفاده از عبارت‌های کلیدی) شرح دهد. استفاده از کلمات مترادف و هم‌ریشه عبارت‌های کلیدی در متن تمتایز شدن عبارت‌ها (بولد، ایتالیک، زیرخط‌دار، سایز و رنگ متفاوت) عدم تکرار بی‌مورد عبارت‌ها 	۱۰
۳-۹	(عنوان) - ساختار ساده وبسایت و استفاده از عناوین مرتبط، گویا و قابل فهم	گروه‌بندی و دسته‌بندی مناسب منوها، مطالب و موضوع‌های موجود در وبسایت با هدف هدایت بهتر بیننده ساده یا پیچیده بودن دسترسی به صفحات وبسایت از معیارهای موتورهای جستجو در اعطای رتبه است	۱۰
۳-۱۰	(عنوان) - حداکثر تعداد کارکترهای عنوان صفحه ۶۵ است	از به کاربردن عناوین نامفهوم (مانند اعداد یا "New") خودداری گردد. همچنین در جهت بهینه‌سازی در موتورهای جستجو تا آنجا که ممکن است از کلمات سرهم و نیز چسباندن کلمات (مانند: موزیکامپیوترسانه) استفاده نگردد	۵
۳-۱۱	(عنوان) - صفحات با عناوین متفاوت نباید محتوایی یکسان داشته باشند	برای مثال: دو صفحه با عناوین "درباره ما" و "خدمات" نباید دارای محتوای یکسان باشند و صفحه با عنوان اولویت پایین‌تر باید حذف گردد	۵
۳-۱۲	(عنوان) - تطابق عنوان با محتوای هر صفحه	موتورهای جستجو برای اعطای رتبه از دو عامل "اهمیت" متن و میزان "ارتباط" آن با عنوان استفاده می‌کنند	۱۰
۳-۱۳	(عنوان) - سلسله مراتبی بودن محتوا	زیرعنوان‌ها و زیرمنوها کاملاً مرتبط با عنوان اصلی بوده و بیننده به راحتی بتواند پیش‌بینی عناوین زیرین را بنماید	۱۰
۳-۱۴	(عنوان) - نامگذاری صحیح فایل‌ها (استفاده از عبارت‌های کلیدی در نام فایل)	توصیه اکید سئو در نامگذاری فایل‌ها، استفاده از عبارت‌های کلیدی مرتبط با موضوع و محتوای فایل است. طبق تجربه نیز توصیه می‌شود در نامگذاری فایل‌های با فرمت PDF از حروف لاتین استفاده شود تا بیننده برای باز نمودن آن در برخی PCها با پیغام خطا مواجه نشود	۱۰
۳-۱۵	عدم وجود مطالب (از جمله اخبار، مقاله، ارائه مطلب و...) سایر وبسایت‌های نامرتبط	کپی کردن مطالب نامرتبط با موضوع وبسایت و بارگذاری فایل‌ها و محتوای تولید شده توسط سایر وبسایت‌ها، از مصادیق این بند است. (در صورت لزوم می‌توان در بخش پیوندها لینک صفحات مورد نظر را قرار داد) برای مطالب مرتبطی که حتماً باید عیناً از وبسایت دیگری آورده شود، ذکر منبع الزامی است.	۱۰
۳-۱۶	<ul style="list-style-type: none"> معرفی کامل سازمان شامل: آرم، شرح وظایف کلی، تشکیلات و ساختار سازمانی، هدف، سیاست، خط مشی، مأموریت، چشم انداز، نوع فعالیت، خدمات مرتبط با موضوع وبسایت و معرفی واحدهای وابسته 	ساختار سازمانی به صورت ابرمتنی ^{۱۶} یا فرایبوند ^{۱۷} درج شده باشد و حتی‌المقدور از تصویر چارت استفاده نگردد	۱۰
۳-۱۷	<ul style="list-style-type: none"> اطلاعات تماس موارد زیر: شرکت ارزیابی شونده مدیران صاحب مسئولیت و پاسخگوی شرکت و چگونگی تعیین وقت ملاقات مسئول بارگذاری محتوای وبسایت 	<p>A. اطلاعات تماس فردی</p> <p>نام و نام خانوادگی، سمت، موضوع پاسخگویی (بازدید کننده باید بداند در چه موضوعی می‌تواند با فرد مورد نظر تماس بگیرد)، آدرس پستی (کامل) و شامل کدپستی، نام ساختمان، پلاک، طبقه، شماره یا عنوان اتاق)، شماره تلفن مستقیم و داخلی (اعلام کد یا پیش‌شماره شهرستان)، پست الکترونیک سازمانی و نامبر</p>	۲۰

^{۱۶} Hypertext (لینک به مطالب مرتبط)

^{۱۷} Hyperlink (لینک به آدرس‌های مرتبط)

		<p>B. اطلاعات تماس شرکت</p> <p>شماره تلفن خانه، گویا، نمابر، آدرس پستی، پست الکترونیک، ساعات کار و ایام تعطیلات دستگاه، تصویر نقشه دسترسی به آدرس، تصویر ساختمان و سردرورودی، نحوه دسترسی به حمل و نقل عمومی و یا پارکینگ‌ها، آدرس الکترونیکی وبسایت (اعلام آدرس وبسایت در این بخش جهت تکمیل اطلاعات ارائه شده به بازدید کننده بوده و ارتباطی به بخش پیوندها ندارد) جهت جلوگیری از هجوم ایمیل‌های تبلیغاتی و هرزنامه^{۱۸}، اعلام پست الکترونیک با فرمت غیر قابل شناسایی توسط ربات‌های الکترونیک باشد</p> <p>مثال: name (at) site.ir</p> <p>نکته: کلیه موارد بالا باید به صورت متن بارگذاری گردد و قراردادن فایل همان موارد در کنار متن می‌تواند به کامل بودن صفحه کمک نماید. (مشاهده شده برخی شرکت‌ها موارد را به صورت فایل و یا تصویر بارگذاری می‌کنند که در صورتی که همراه متن نباشد اصلاً مورد قبول نخواهد بود)</p>	<p>- سازمان‌های بالادستی، زیرمجموعه و همکار</p> <p>نکاتی پیرامون فرمت تایپ ایمیل:</p> <p>ایمیل معرفی شده نباید هایپرلینک شده باشد، به همین جهت شما مجبور خواهید بود قبل و بعد پراتنز (at) فاصله‌ای را تایپ نمایید و در جهت رفع ابهام برای بیننده توضیحی را در نحوه استفاده از آدرس ایمیل ارائه کنید. برای مثال می‌توانید متنی مشابه زیر را در صفحه مربوطه درج نمایید:</p> <p><u>نکته: جهت جلوگیری از هجوم ایمیل‌های تبلیغاتی و هرزنامه، اعلام پست الکترونیک با فرمت غیر قابل شناسایی توسط ربات‌های الکترونیک در متن بالا درج شده است. به جای (at) ، کارکتر @ را قرار دهید و فواصل قبل و بعد آن را نیز بردارید.</u></p>
۳-۱۸	وجود دو عنوان "تماس با ما" و "درباره ما"	با محتوای بندهای ۱۹ و ۲۰ و به جای کلمه "ما" عبارتهایی همچون "شرکت"، "سازمان" یا "موسسه" نیز مورد قبول است	۵
۳-۱۹	مشاهده دو عنوان "تماس با ما" و "درباره ما" به صورت مستقل و در بخش مشخصی از وبسایت (هیچکدام در زیرمنو نبوده، زیرمنوی یکدیگر نیز نباشند)	بعضاً مشاهده شده در برخی وبسایت‌ها این دو عنوان در دو بخش متفاوت (یکی در منوی بالا و دیگری در منوی سمت راست) درج شده‌اند و بیننده به راحتی قادر به مشاهده آنها نیست	۵
۳-۲۰	اخبار، رویدادها، اطلاعیه‌ها، فعالیت‌ها و تصمیم‌های مسئولان دستگاه	با ذکر تاریخ رخداد و در صورت استفاده از اخبار مرتبط سایت‌های معتبر، ذکر مرجع الزامی خواهد بود	۵
۳-۲۱	وجود نسخه RSS	RSS فقط برای بخش خبر (رویدادها، اطلاعیه‌ها و...) مورد نیاز است	۵
۳-۲۲	اطلاعات آماری مربوط به آن دستگاه	در بخش مستقل، عنوان مشخص و ذکر تاریخ استخراج	۱۰
۳-۲۳	مجموعه قوانین، مقررات، آئین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و ضوابط	با ذکر تاریخ تصویب سند (در این بند برخلاف اخبار، تاریخ تصویب ذکر شده در سند مد نظر است). در صورت تعدد عناوین، اسناد این بخش در دو دسته‌بندی موضوعی و نوع سند ارائه گردند	۱۵
۳-۲۴	وجود بخش‌هایی مانند نشریه، مقاله، گزارش و برنامه‌های جاری و آتی	با ذکر تاریخ تولید. در صورت تعدد عناوین، اسناد این بخش در دو دسته‌بندی موضوعی و نوع سند ارائه گردند	۱۰
۳-۲۵	(به‌روزرسانی) - تولید محتوای جدید و منحصر به فرد (از استانداردهای موکد سئو و الکسا ^{۱۹})	این مورد شامل کل وبسایت می‌باشد، مگر در مواردی مانند قوانین و مقررات که الزاماً نمی‌تواند تولید شرکت باشد	۱۰
۳-۲۶	(به‌روزرسانی) - به‌روزرسانی مستمر وبسایت (این امر باید همیشگی و مستمر بوده و درج مطلب در زمان‌های با فواصل مختلف باعث افت رنگ الکسا خواهد شد)	بیننده با یک نظر، پویایی و به روز بودن وبسایت را متوجه شود. این موضوع می‌تواند از تاریخ درج شده برای اخبار، قوانین و مقررات و سایر بخش‌های فوق‌الذکر استنباط شود	۵
۳-۲۷	(تصویر) - وجود بخش گالری تصاویر با ذکر تاریخ	دسته‌بندی مناسب، انتخاب عناوین کلی و نیز توضیح مختصر برای هر عکس در این بخش از اهمیت خاصی برخوردار است	۵
۳-۲۸	(تصویر) - وجود Alt برای تصاویر	Alt، متنی است که محتوای یک تصویر را شرح می‌دهد و اگر نمایش تصویر در مرورگر غیرفعال گردد، متن آن جایگزین تصویر می‌شود. همچنین این متن (برای کمک به نابینایان) توسط نرم‌افزارهای مخصوص به خط بریل یا صدا برگردانده می‌شود	۱۰
۳-۲۹	برای هر فایل قابل دانلود، فرمت، حجم و تاریخ فایل‌های قرارداده شده قید شود	در جهت استفاده بهتر بیننده، تا آنجا که ممکن باشد حجم فایل‌ها کم باشد، برای تصاویر نیز از فرمت‌های PNG, JPG, GIF استفاده گردد	۱۰
۳-۳۰	هر مطلبی که در وبسایت قرار می‌گیرد باید دارای تاریخ باشد	بیننده به راحتی باید از تاریخ درج مطلب وبسایت آگاهی یابد، حتی مطالبی که گذر زمان از اهمیت و اعتبار آنها کم نمی‌کند	۵

^{۱۸} Spam

^{۱۹} Alexa (https://www.alexa.com)

۳-۳۱	عدم وجود تبلیغات نامرتب، پنجره‌های بازشونده خودکار و ناخواسته ^{۲۰}	عدم استفاده از نوشتارها و گرافیک‌های متحرک، موسیقی این بند شامل اسلایدر نمی‌شود	۵
۳-۳۲	(سایر زبان‌ها) - وجود نسخه انگلیسی و عربی	حداقل محتوا در نسخه انگلیسی، باید شامل بخش معرفی شرکت و اطلاعات تماس ذکر شده در بندهای ① و ② باشد	۲۰
۳-۳۳	(سایر زبان‌ها) - سایر محتوای تکمیلی بخش انگلیسی به صورت خلاصه و مفید، شامل: اخبار مرتبط با مخاطب، لینک به زبان دوم شرکت‌های بالادستی و زیرمجموعه، پروژه‌های قابل واگذاری، قوانین کاربردی و چارت کلان است.	اطلاعات درج شده در سایر زبان‌ها باید ساده، خلاصه و مفید باشد. وجود اطلاعات تکمیلی فراتر از بند فوق (امتیاز این بند بسته به میزان ترجمه از بخش‌های فارسی یا درج مطالب جدید مورد نیاز مخاطب محاسبه خواهد شد)	۶۰
۳-۳۴	(سایر زبان‌ها) - تمپلیت و طرح اصلی در سایر زبان‌ها تغییر نکند	بیننده نباید احساس کند از سایت مورد نظر خود خارج شده است. برای مثال در زبان انگلیسی صرفاً چیدمان آیتم‌ها تغییر خواهد کرد	۱۰
۳-۳۵	(سایر زبان‌ها) - نمایش صحیح اعداد در زبان‌های غیر فارسی	در برخی CMSها اعداد در سایر زبان‌ها نیز به صورت فارسی مشاهده می‌شود	۱۰
۳-۳۶	(سایر زبان‌ها) - آیکن یا عنوان تغییر زبان وبسایت، واضح و در جای مشخصی از تمپلیت قرار گیرد	ترجیحاً در زیرنبر یا روی بنر تعبیه شود. قرار گرفتن در تمپلیت باعث می‌شود تا در کلیه صفحات قابل مشاهده باشد.	۱۰
۳-۳۷	(سایر زبان‌ها) - برای آیکن تغییر زبان از پرچم هیچ کشوری استفاده نگردد و از عبارتهای "English" و "عربی" و "فارسی" استفاده گردد	در برخی سایت‌ها از پرچم کشور انگلیس یا آمریکا برای تغییر زبان استفاده شده و یا در زبان فارسی سایت برای تغییر زبان، از کلمه فارسی "انگلیسی" استفاده شده است.	۱۰
۳-۳۸	(سایر زبان‌ها) - تغییر URL در سایر زبان‌ها یا به صورت زیرسایت باشد و یا به صورت http://www.site.ir/en (بدون کارکتهای اضافی) باشد	در این حالت اعلام آدرس زبان دوم سایت به خارج از سازمان و یا درج لینک آن بر روی سایر سایت‌ها به راحتی صورت خواهد گرفت (در برخی سایت‌ها بعد از سوییچ به زبان دوم سایت، آدرس بسیار طولانی می‌شود).	۱۰
۳-۳۹	درج شعار سال	شعار سال از اجزاء تمپلیت بوده تا در کلیه صفحات قابل مشاهده باشد. درج شعار سال در زیرسایت‌های شرکت اجباری نیست	۵
۳-۴۰	عدم استفاده از عناوین "بایگانی" یا "آرشیو"	قدیم یا جدید بودن مطالب امری نسبی است. مطلبی که از دید شرکت قدیمی شده و در آرشیو قرار می‌گیرد، ممکن است از دید بیننده وبسایت جدید باشد. لذا استفاده از این دو عنوان فقط در شرایط خاص که جایگزینی ندارد توجیه خواهد داشت	۱۰
۳-۴۱	غیرفعال بودن کلیک در صفحات والد	معمولاً در منوهایی که دارای زیرمنو هستند اطلاعات در زیرمنوها درج می‌گردد، بنابراین صفحات والد، بدون محتوا بوده و نباید قابلیت کلیک و مشاهده محتوا را داشته باشند	۱۰
۳-۴۲	عدم وجود صفحات بدون محتوا و مطالب تکراری	درج مطالب تکراری در پایین آمدن رتبه در موتورهای جستجو موثر است	۲۰
۳-۴۳	درج تیمتر مناسب از آدرس پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، ریاست جمهوری، پرتال ملی و استانی و سایر لینک‌های بخشنامه‌ای، در نقطه‌ای مناسب در صفحه اصلی سایت	درج این لینک‌ها برای زیرسایت‌ها نیاز نیست	۵
۳-۴۴	(زیرسایت) - وجود زیرسایت	گسترده‌گی مطالب و نیاز به وبسایت تخصصی، سازمان را به سمت ایجاد زیرسایت سوق می‌دهد که در این صورت باید موارد مرتبط زیر لحاظ گردد	۱۰
۳-۴۵	(زیرسایت) - کلیه زیرسایت‌ها باید از یک قالب و چارچوب واحد استفاده نمایند	در شرکت‌های دارای زیرسایت، سایت اصلی شرکت می‌تواند به مثابه ویترین عمل کرده و در طراحی قالب، تفاوت‌های عمده‌ای با زیرسایت‌ها داشته باشد. رنگ زیرسایت‌ها می‌تواند با یکدیگر متفاوت باشد	۱۰
۳-۴۶	(زیرسایت) - کلیه مطالب و محتوای هر زیرسایت باید کاملاً تخصصی و صرفاً پیرامون موضوع وبسایت باشد	از پرکردن بی‌مورد محتوای زیرسایت و کپی مطالب از سایر سایت‌ها جداً پرهیز شود	۵
۳-۴۷	(زیرسایت) - لینک به پرتال اصلی شرکت	از هر زیرسایت به صورت آیکن واضح و مجزا	۱۰
۳-۴۸	(زیرسایت) - وجود بخش پیوندها جهت معرفی سایت‌های مرتبط با موضوع تخصصی همان زیرسایت		۵

۳-۴۹	(زیرسایت) - مجزا بودن وبسایت خبری از وبسایت اصلی شرکت	۲۰	در جهت استفاده بهتر بازدیدکننده از امکانات وبسایت اصلی، وبسایت خبری به صورت یک زیرسایت با فرمت http://news.site.ir ایجاد شود
۳-۵۰	(زیرسایت) - آدرس زیرسایت باید با فرمت http://name.site.ir باشد	۱۰	فرمت مذکور به دلیل سهولت اعلام عمومی و استفاده آسانتر کاربران، بر فرمت http://www.site.ir/name اولویت دارد
۳-۵۱	ایجاد قسمت‌های جدید، ابتکار و خلاقیت	۵	این بند می‌تواند در تمامی بندها، مانند طراحی نیز ارزیابی گردد
۳-۵۲	قدمت و عمر آدرس وبسایت، لینک‌ها و صفحات	۵	عمر و قدمت آدرس (URL) وبسایت، لینک‌های موجود در پیوندها و صفحات مهم وبسایت از معیارهای مهم سئو است
۳-۵۳	استفاده مناسب از برجسب ^{۲۱}	۱۰	تعداد تگ‌ها باید مناسب با محتوای وبسایت و صفحه باشد و تعداد بیش از حد تگ در یک صفحه امتیاز منفی دربر خواهد داشت
۴	مدیریت کاربران^{۲۲}		
۴-۱	شمارشگر مراجعان برای هر صفحه	۵	---
۴-۲	وجود بخش ارسال نظر	۵	این مورد می‌تواند به دو صورت متن ^{۲۳} و رای ^{۲۴} اتفاق بیفتد که اولویت با مدل متنی (استفاده از فرم الکترونیک) است
۴-۳	بخش پرسش‌های متداول ^{۲۵}	۱۰	در صورت تعدد سوال‌ها، (در جهت یافتن سریعتر سوال‌ها) جواب پس از کلیک بر روی سوال مشاهده شود
۴-۴	امکان طرح پرسش جدید	۵	بازدید کننده توسط فرم الکترونیک بتواند سوال‌های خارج از لیست FAQ را مطرح نماید، (این بخش می‌تواند با بخش ارسال نظر - در صورت استفاده از مدل متنی - تلفیق شود)
۴-۵	رعایت قانون کپی رایت	۵	اعلام مجاز (با ذکر شرایط) یا غیرمجاز بودن استفاده از مطالب وبسایت. این موضوع می‌تواند در یک جمله کوتاه در پاصفحه وبسایت درج گردد
۴-۶	رعایت حریم خصوصی	۵	اعلام به بازدیدکنندگان (مانند تکمیل کنندگان فرم‌های الکترونیکی) که اطلاعات خصوصی آنها در اختیار عموم قرار نمی‌گیرد
۴-۷	رعایت حقوق معنوی پدیدآورندگان مطالب مندرج در وبسایت و ذکر نام، آدرس وبسایت و لینک به مرجع مطالب	۵	حتما با ذکر نام، آدرس وبسایت و لینک به مرجع مطالب
۴-۸	(فرم) - امکان اصلاح اطلاعات پر شده در فرم	۵	این حالت عمومیت نداشته و برای موارد خاص از جمله پروفایل شخص و کارتابل قابل تعریف است
۵	خدمات الکترونیک^{۲۶}		
۵-۱	(فرم) - وجود فرم الکترونیک جهت ارتباط با مدیران شرکت و نیز مسئول وبسایت، با حفظ محرمانگی	۱۰	محرمانگی در اینجا به معنای اجباری نبودن تکمیل فیلدهای مشخصات شخصی است
۵-۲	احراز هویت افراد (کدملی)، آدرس (کدپستی) و بیمه (کدتامین اجتماعی) از طریق مرکز ملی تبادل اطلاعات ^{۲۷}	۱۵	اتصال به دیتابیس‌های ثبت احوال، پست، بیمه و غیره
۵-۳	(فرم) - اعلام به بیننده که چه فیلدهای اطلاعاتی از طریق GSB احراز هویت می‌شوند	۵	اعلام توافق‌های صورت گرفته سازمان با مراجع قانونی مرتبط با خدمت مثل کد ملی، کدپستی، کدتامین اجتماعی و درگاه پرداخت الکترونیکی
۵-۴	وجود بخش مدیریت مصرف	۵	این بخش می‌تواند شامل موارد مرتبط مذکور در دو بند زیر باشد
۵-۵	(مدیریت مصرف) - محاسبه هزینه مصرف، هم به صورت اطلاع رسانی و هم محاسبه الکترونیکی	۱۰	این مورد ممکن است برای برخی از شرکت‌ها (مانند آب) عدم مصداق باشد
۵-۶	(مدیریت مصرف) - متون راهنمایی کننده راجع به نحوه مدیریت مصرف	۱۰	از جمله طراحی منزل یا محل کار و نیز راهنمای انتخاب کالاهای مرتبط با آب و برق
۵-۷	امکان ثبت و پیگیری شکایت (این سرویس با هدف جلوگیری از مراجعه حضوری مردم به شرکت‌ها جهت مطرح نمودن شکایت ایجاد شده	۵۰	این امکان در این مقطع فقط برای شرکت‌های مادر تخصصی الزامی و برای سایر شرکت‌ها الزامی نیست با این حال راه‌اندازی آن برای شرکت‌هایی که

^{۲۱} Tag

^{۲۲} Users Management

^{۲۳} eForm

^{۲۴} Vote

^{۲۵} Frequently Asked Questions (FAQ)

^{۲۶} Electronic Services

^{۲۷} Government Services Bus (GSB)

		در شهرهای بزرگ فعالیت می‌کنند می‌تواند در کاهش مراجعه حضوری مردم مفید بوده و دارای امتیاز خواهد بود	و با ارائه کد رهگیری امکان پیگیری اینترنتی مراحل انجام کار را به مشترک (خواهد داد)
۵-۸	۱۰		(شناسنامه) - درج شناسنامه خدمات الکترونیک، غیرالکترونیک و واگذار شده به دفاتر پیشخوان
۵-۹	۱۰	راهنمایی می‌تواند شامل متن، نمودار، فلوجارت، فیلم آموزشی و الگوریتم اجرای فرایند (در صفحه ارائه خدمت یا در صفحه مجزا) باشد	(شناسنامه) - مشخص بودن مراحل انجام کار و معرفی فرایند ارائه هر خدمت
۵-۱۰	۵	مشخصات، نحوه ارائه و شرح هر خدمت و امکان ذخیره و چاپ اطلاعات	(شناسنامه) - فهرست شناسنامه خدمات شامل کلیه خدمات قابل ارائه
۵-۱۱	۱۰	وجود یک لینک واضح و مشخص (مثلاً با عنوان خدمات الکترونیکی - در صورت الکترونیکی بودن) در صفحه اصلی وبسایت با محتوای فهرست کلیه خدمات (الکترونیکی و غیرالکترونیکی) ارائه شده، براساس عناوین مصوب هر شرکت و لینک بودن هر عنوان به صفحه اختصاصی ارائه خدمت	معرفی خدمات
۵-۱۲	۵	این اطلاعات می‌تواند در بخش فوق (معرفی خدمات) تلفیق گردد	اعلام فهرست مدارک مورد نیاز جهت اخذ هر خدمت
۵-۱۳	۵	۱- در صورتی که خدمت به صورت ۲۴ ساعته ارائه نمی‌شود، زمان ارائه خدمت اعلام شود. ۲- در صورت لزوم مراجعه حضوری کاربر، ساعات و مکان ارائه خدمت در صفحه ارائه خدمت مشخص باشد. ۳- اعلام حداکثر مدت زمان مورد نیاز (الکترونیکی و غیرالکترونیکی) برای تحویل خدمت	اعلام زمان
۵-۱۴	۱۰	وب، حضوری، تلفنی، پست، ایمیل، موبایل و پیشخوان	اعلام نحوه و مکان تحویل خدمت
۵-۱۵	۱۰	اعلام شیوه دسترسی به کارکنان پاسخگوی هر خدمت، امکان تعامل و تماس بازدیدکننده با مسئول ارائه خدمت (تلفن، ایمیل، چت آنلاین) یا وجود تلفن گویا	پاسخگو بودن سازمان
۵-۱۶	۱۰	به این معنی که درخواست دهنده، بعد از ارسال فرم‌ها و مدارک از طریق وب، پیام کوتاه و ایمیل، از وضعیت درخواست خود مطلع شود	اعلام آخرین وضعیت انجام خدمت در هر مرحله و در نهایت، نتیجه درخواست خدمت به درخواست کنندگان
۵-۱۷	۵		اعلام مشخصات واجدین شرایط و ضوابط دریافت هر خدمت
۵-۱۸	۵	رایگان بودن و یا میزان هزینه خدمت و همچنین نحوه پرداخت (الکترونیکی یا حضوری) به همراه اطلاعات حساب	اعلام هزینه و شیوه واریز
۵-۱۹	۳۰	صرفاً برای شرکت‌های توزیع برق و آبفای شهری و روستایی	وجود بخش "مشاهده قبض"
۵-۲۰	۶۰	یعنی تنها درج اطلاعات راجع به فرآیند، روندکار و قابل دسترس بودن فایل قابل چاپ فرم‌های مورد نیاز برای انجام خدمت (به ازای هر خدمت ۱ امتیاز)	خدماتی که فقط "اطلاع رسانی" شده‌اند
۵-۲۱	۱۰۰	تعاملی یعنی وجود فرم‌های الکترونیکی مرتبط با خدمت و امکان تکمیل و ارسال آن توسط کاربر (ارتباط یکسویه) و قابل پیگیری توسط کد رهگیری (به ازای هر خدمت ۳ امتیاز)	خدماتی که بصورت "تعاملی" ارائه می‌شوند
۵-۲۲	۱۲۰	تراکنشی یعنی ارائه خدمت به صورت کاملاً الکترونیکی از ابتدا تا انتها (ارتباط دوسویه - رفت و برگشت) (به ازای هر خدمت ۶ امتیاز)	خدماتی که بصورت "تراکنشی" ارائه شده‌اند
۵-۲۳	۵	تمام سامانه‌ها در یک آدرس بصورت متمرکز قرار داشته (یا حداقل معرفی شده باشند)	قرار داشتن کلیه خدمات در یک وبسایت
۵-۲۴	۵	عدم نیاز به ثبت‌نام مجدد و مجزا برای استفاده از سایر خدمات	کلیه خدمات به صورت احراز هویت یکپارچه ^{۲۸} باشد
۵-۲۵	۵	بدون نیاز به تماس با اپراتور از طریق رایانامه و پیام کوتاه این بخش شامل سایر بخش‌هایی که کاربر از نام کاربری و رمز عبور استفاده می‌کند نیز می‌باشد	امکان بازیابی رمز عبور و کد پیگیری به صورت کاملاً الکترونیکی
۵-۲۶	۵	ارائه رسید قابل چاپ به بازدیدکننده بعد از انجام فرایند تراکنش	انجام کلیه تراکنش‌های مالی در پایانه‌های رسمی بانک‌ها
۶			سرعت، دسترسی پذیری و امنیت^{۲۹}
۶-۱	۵	---	مکان فضای میزبانی سایت در داخل کشور
۶-۲	۵	---	اختصاص آدرس با پسوند .IR

^{۲۸} Single Sign On (SSO)

^{۲۹} Performance, Accessibility & Security

۶-۳	۱۰	آدرس دارای پروتوکول HTTPS شود	۳۰	اخذ گواهینامه لایه سوکت‌های امن
۶-۴	۱۰	۲۴ ساعت شبانه‌روز، ۷ روز هفته و ۳۶۵ روز سال		در دسترس بودن وبسایت و خدمات آن
۶-۵	۱۰	---		(فوم) - استفاده از فیلد کد کپچا ^{۳۱} در کلیه فرم‌های الکترونیکی
۶-۶	۱۵	حداکثر ۱۰ ثانیه		سرعت مناسب بارگذاری (بالا آمدن) صفحه اصلی وبسایت
۶-۷	۱۰	جهت حفظ امنیت و یکپارچگی کدهای وبسایت (مانند اوقات شرعی، آمار بازدید، وضعیت آب و هوا و...)		عدم استفاده از کدهای آماده وبسایت‌های دیگر
۶-۸	۲۵	ارزیابی این مورد، بعد از هماهنگی با مسئول وبسایت و گرفتن دسترسی به سرور و پنل CMS انجام می‌شود		اعمال استانداردهای امنیتی بر روی سرور (اعم از فایروال، سیستم عامل، آنتی ویروس، بستن پورت‌های غیرمجاز و...)
۶-۹	۲۵	ارزیابی این مورد، ممکن است نیاز به هماهنگی با مسئول وبسایت و گرفتن دسترسی به پنل CMS داشته باشد		سیستم مدیریت محتوای سایت ^{۳۲} مورد استفاده باید دارای حداقل استانداردهای امنیتی باشد
۱۴۱	۱۵۵۰	جمع امتیازها		جمع ردیف‌ها

- تبره:**
- منظور از کلمه "شرکت"، کلیه شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نیرو است و این شامل مراکز پژوهشی و آموزشی نیز است.
 - متون با **رنگ سبز** موارد افزوده شده و جدید در نسخه حاضر به نسبت نسخه قبل را نشان می‌دهند.

منابع:

- بخشنامه‌های ارزیابی وبسایت‌ها از طرف ریاست جمهوری
- بخشنامه‌های ارزیابی وبسایت‌ها از طرف وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
- مصوبات کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات صنعت آب و برق
- دستورالعمل ضوابط وبسایت‌ها و پرتال‌های دستگاه‌های حاکمیتی جمهوری اسلامی ایران
- ضوابط و استانداردهای بین‌المللی وبسایت‌ها از جمله سئو (SEO)
- معیارهای ارزیابی شرکت‌های مادر تخصصی وزارت نیرو

تعاریف:

- اطلاع رسانی: اطلاعات راجع به فرآیند و روند کار و قابل دسترس بودن فایل قابل چاپ فرم‌های مورد نیاز برای انجام خدمت
- تعاملی: وجود فرم‌های الکترونیکی مرتبط با خدمت و امکان تکمیل و ارسال آن (ارتباط یکسویه)
- تراکنشی: ارائه خدمت به صورت کاملاً الکترونیکی از ابتدا تا انتها (ارتباط دوسویه - رفت و برگشت)

ارتباط با تدوین کننده:

سید سعید ترابی - مستقیم ۸۱۶۵۳۵۳ - پست الکترونیک: s.torabi@moe.gov.ir

^{۳۰} Secure Sockets Layer (SSL)

^{۳۱} CAPTCHA Cod

^{۳۲} Content Management System (CMS)