



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3

كلية الفنون و الثقافة

قسم فنون بصرية و فنون العرض



الترويج السياحي لصحراء الجزائر الكبرى

تصميم ومضة سياحية و ملصق إشهاري لمدينة "طاسيلي ناغر"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الاكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

تحت إشراف

اعداد الطلبة:

الاستاذ الدكتور جمال مفرج

زينب هلة

المشرف المساعد

نور الهدى سعيداني

الدكتور أحمد شريكي

محمد الهادي فداني

أعضاء لجنة المناقشة

أ.خالد سعسع.....رئيسا

أ.جمال مفرج..... مشرفا

أ.عبد السلام يخلف.....عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

الصفحة	الموضوع
	الشكر
	الإهداء
VIII	فهرس المحتويات
XI	فهرست الصور و الأشكال
XII	فهرس الملاحق
14	المقدمة
	الإطار المنهجي
16	الإشكالية
16	الفرضيات الدراسة
17	أهداف الدراسة
17	اهمية الموضوع
18	مبررات اختيار الموضوع
18	منهجية البحث و الأدوات المستعملة
24	الدراسات السابقة
24	هيكلة البحث
	الفصل الأول: الجانب النظري
26	تمهيد
27	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي
27	1. تعريف الترويج

28	2. تعريف السياحة و السائح
33	3. تعريف الومضة الاشهارية
34	4. تعريف الترويج السياحي
35	5. مفهوم السياحة الصحراوية
	المبحث الثاني: الترويج السياحي
36	1. اهمية الترويج السياحي
37	2. اهداف الترويج السياحي
39	3. عناصر و وسائل الترويج السياحي
43	4. عملية الترويج
45	5. استراتيجيات الترويج السياحي
	المبحث الثالث: السياحة الصحراوية في الجزائر
47	1. واقع السياحة في الجزائر
48	2. مقومات السياحة في الجزائر
53	3. معوقات السياحة في الجزائر
56	4. أشكال السياحة الصحراوية
59	خلاصة
	الفصل الثاني: الجانب التقني التطبيقي
61	تمهيد
62	1. مرحلة إعداد ومضة اشهارية
62	1) بطاقة تقنية لمدينة طاسيلي

62	(2) بطاقة فنية للومضة السياحية
63	(3) فكرة الرسالة الاشهارية
64	(4) مرحلة تصميم الومضة الإشهارية السياحية
79	(5) الاهداف الرئيسية
81	II. مراحل اعداد ملصق اشهاري
81	(1) الفكرة
81	(2) تجهيز عناصر الملصق
82	(3) تحديد الجمهور المستهدف
82	(4) الترابط بين عناصر التصميم
82	(5) تقسيمات مساحة العمل
82	(6) الرسوم التخطيطية للملصق الاشهاري
84	(7) انجاز الملصق في برنامج فوتوشوب Adobe photoshop
87	(8) الملصق بشكله النهائي
88	خلاصة
90	خاتمة
92	قائمة المصادر و المراجع
98	الملاحق
99	الملخص

فهرست الصور و الأشكال

		الأشكال
30	عناصر السياحية	الشكل الاول
43	الترويج الخارجي و الداخلي	الشكل الثاني
44	عملية الترويج	الشكل الثالث
46	استراتيجيات الترويج	الشكل الرابع
69	التقطيع التقني للومضة	الشكل الخامس
		الصورة
50	مواقع المقومات الحموية	01
72	صورة ملقطة من الومضة "كورة أرضية"	02
72	صورة ملقطة من الومضة "زوم"	03
73	صورة ملقطة من الومضة "طاسيلي ناجر"	04
73	صورة ملقطة من الومضة "منظر نهاري"	05
74	صورة ملقطة من الومضة "سهر ليلية"	06
74	صورة ملقطة من الومضة "منظر ليلي"	07
75	برنامج " camtasia studio "	08
76	مراحل اعداد الومضة	09
76	مراحل اعداد الومضة	10
77	مراحل اعداد الومضة	11
78	مراحل اعداد الومضة	12
83	الملصق التخطيطي الاول	13
83	الملصق التخطيطي الثاني	14
84	الملصق التخطيطي الثالث	15
85	مراحل اعداد ملصق	16
85	مراحل اعداد ملصق	17
86	مراحل اعداد ملصق	18
86	مراحل اعداد ملصق	19
87	الملصق النهائي	20

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
97	ترخيص من كلية الفنون والثقافة وكلات سياحية/ام البواقي	01
98	ترخيص من كلية الفنون والثقافة وكلات سياحية/قسنطينة	02

يعتبر موضوع الترويج السياحي من أحد أهم المواضيع المتداولة حاليا في العالم وذلك لما لديه من أهمية في إزدهار البلدان ودعم إقتصادها ودخلها بشكل عام.

حاولنا في هذه الدراسة لمعرفة الطريقة الأنسب والأكثر فاعلية في النهوض بالترويج السياحي للصحراء الجزائرية ذلك بتصميم ومضة اشهارية من أجل تحقيق هذا المطلب نظرا لإعتبارها وسيلة تأثيرية بشكل كبير موجبة لكافة الفئات المستهدفة حتى ولومع إختلافاتها الطبقية أو الثقافية و موضوعها هو الترويج لأبرز المناطق الصحراوية الجزائرية الكبرى وهدفنا من هذا التصميم إبراز مدى التأثير الكبير للومضة الاشهارية في تغيير العمل التأثري للإشهار السياحي بطريقة بعيدة عن المؤلف.

في الأخير توصلنا إلى أن الترويج السياحي له دور كبير في تحقيق أرباح دولية عالية ،وكذلك يشكل تدخلا مفيدا في آلية تعزيز وتنمية السياحة والحفاظ على القدرة التنافسية لعرض المعالم والأماكن وزيادة لعدد العملاء السائحين وتحفيزهم على الإقامة لفترة أطول وتكون معرفة كبيرة بشأن البلد المستقبل .

الكلمات المفتاحية

الترويج السياحي_ الومضة الاشهارية_ السياحة الصحراوية

summary

Tourism publicity is considered as one of the most important and current worldwide topics due to its contribution in the prosperity of countries and the support of their economies. we tried throughout this study to figure out the most relevant and efficient way towards tourism publicity's advancement.

We thus designed an advertising flash to achieve this due to it being considered as an extremely effective way. The latter is targeted towards all societal groups despite their class or intellectual diversity. The advertising flash goal is to promote the most prominent desert areas and make it more influential.

At last, we conclude that tourism publicity plays a huge role in achieving great international profits reinforcing tourism and maintaining the competitive spirit to display historical sites and areas; thus increasing the number of tourists and reinforcing them to stay longer

keywords

tourism promotion_ a flash of advertising _ desert tourism

résumé

La publicité touristique est considérée comme un des thèmes les plus importants dans le développement économique des pays du monde.

Est dans cette étude on a essayé de trouver la voix la plus efficace pour aboutir à ce but qui consiste au développement de la publicité touristique du Sahara algérien et son grand impact sur les catégories même avec des classes varies éventuellement, on constate que la publicité touristique joue un grand rôle dans la réalisations des profits mondiaux et en plus il consiste à renforcer le tourisme et maintenir la concurrence de montrer les lieux et augmenter le nombre de touristes et les motiver à rester plus longtemps et bien connaitre ce pays.

les mots clés

promotion du tourisme _ un flash publicitaire _ tourisme dans le désert