

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 3



قسم الفنون البصرية وفنون العرض

كلية الفنون والثقافة

توظيف الهوية البصرية في التسويق لمؤسسة إقتصادية
تصميم هوية بصرية لمطعم وجبات سريعة "ZOU FAST FOOD"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة الفنون البصرية
تخصص: فن الإشهار

تحت إشراف:

د. مرابط إيمان

إعداد الطالب:

غلوج أشرف

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

مشرفا ومقررا

مناقشا

د. عميرش محمد

د. مرابط إيمان

د. زقاي صارة

السنة الجامعية: 2023/2022

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
03	شكر
04	إهداء
05	فهرس المحتويات
09	فهرس الصور
11	فهرس الجداول
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار التصوري والمنهجي للدراسة
15	1- الإشكالية
16	2- أهداف الدراسة
16	3- أهمية الدراسة
16	4- فرضيات الدراسة
17	5- أسباب إختيار الموضوع
17	6- مناهج البحث
18	7- أدوات جمع البيانات
18	8- مجالات الدراسة
18	9- عينة الدراسة
18	10- المقاربة النظرية لموضوع الدراسة
19	11- الدراسات السابقة
24	12- ضبط المصطلحات
27	13- هيكلية الدراسة
	الفصل الثاني: الهوية البصرية والتسويق
29	تمهيد
29	أولاً: الهوية البصرية
29	1- تاريخ وتطور الهوية البصرية
29	1-1 البدايات
30	2-1 القرون الوسطي
31	3-1 الثورة الصناعية
32	4-1 بداية القرن العشرين
32	5-1 ميلاد الهويات الحديثة
33	6-1 الهويات الحديثة
35	2- أهمية الهوية البصرية
35	3- عناصر الهوية البصرية
35	1-3 الشعار (logo)

35	1-1-3 تعريف الشعار
36	2-1-3 أنواع الشعار
39	3-1-3 خصائص الشعار
39	4-1-3 مكونات الشعار الأساسية
40	5-1-3 أهم خطوات تصميم شعار
40	2-3 اللون (color)
42	1-2-3 تصنيفات الألوان
42	2-2-3 دلالات الألوان
43	3-2-3 وظائف الألوان
44	3-3 نوع الكتابة أو نوع الخط (typography)
45	1-3-3 أهمية الكتابة
45	2-3-3 أنواع خطوط الكتابة
47	3-3-3 معايير خطوط الكتابة الجيدة
48	4-3-3 اعتبارات أنواع الخطوط
48	4-3 الشعار اللفظي (slogan)
48	1-4-3 تعريف الشعار اللفظي
49	2-4-3 أهمية الشعار اللفظي
50	3-4-3 أنواع الشعار اللفظي
50	4-4-3 وظائف الشعار اللفظي
51	5-3 الرموز والأيقونات (symbols & icons)
51	6-3 إرشادات العلامة التجارية (Brand Guideline)
51	1-6-3 تعريفه
51	2-6-3 عناصره
52	4- أنواع الهوية البصرية
54	5- مقومات الهوية البصرية الناجحة
55	6- معايير أو خطوات تشكيل الهوية البصرية
56	7- تطبيقات الهوية البصرية
56	8- التصميم الجرافيكي والهوية البصرية
58	ثانياً: التسويق
58	1- مراحل تطور التسويق
58	1-1 مرحلة المفهوم الإنتاجي
59	2-1 مرحلة الارتباط بالمنتج أو السلع
59	3-1 مرحلة المفهوم البيعي
60	4-1 مرحلة المفهوم التسويقي
60	5-1 مرحلة التسويق الاجتماعي

61	2- المفاهيم الجوهرية للتسويق
61	1-2 الحاجات، الرغبات، الطلب
61	2-2 المنتجات والخدمات
62	3-2 القيمة والرضا والجودة
62	4-2 التبادل والمعاملان والعلاقات
63	3- أهمية التسويق
64	4- أنواع التسويق
65	5- أهداف التسويق
66	6- وظائف التسويق
66	7- عناصر المزيج التسويقي
66	1-7 المنتج
67	2-7 السعر
67	3-7 أماكن التوزيع
67	4-7 الترويج
68	ثالثاً: المؤسسات
68	1- تشكل وتطور
69	2- أهمية المؤسسات
69	3- أنواع المؤسسات الإقتصادية حسب القطاع
70	4- مطاعم الوجبات السريعة
70	1-4 تعريف مطاعم الوجبات السريعة
70	2-4 تاريخ الوجبات السريعة
72	3-4 بداية تسويق الوجبات السريعة
74	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: تحليل الأمثلة المقارنة وتقديم مشروع هوية بصرية لمؤسسة
76	تمهيد
76	1- فكرة المشروع
76	2- أهداف المشروع
76	3- الأمثلة المقارنة
76	1-3 طريقة تحليل الأمثلة المقارنة
78	2-3 أسباب إختيار الأمثلة المقارنة
78	3-3 تحليل الأمثلة المقارنة
78	1-3 المثال المقارب الأول
81	2-3 المثال المقارب الثاني
83	4- تجسيد أفكار المشروع
83	1-4 مرحلة تحديد الأفكار

84	2-4 التعريف بمطعم الوجبات السريعة “Zoui Fast food”
85	3-4 خطوات تصميم الشعار
89	4-4 تطبيقات الهوية البصرية
89	1-4-4 تصميم الملصقات الإشهارية
99	2-4-4 تصميم قائمة الطعام
101	3-4-4 تصميم قائمة طعام (مطوية)
105	4-4-4 تصميم بطاقة عمل/زيارة
107	5-4-4 تصميم تغليف علبة الهامبرغر
109	6-4-4 تصميم تغليف علبة البيتزا
111	7-4-4 تصميم تغليف علبة البيتزا الصغيرة
113	8-4-4 تصميم تغليف علبة البطاطس المقلية
115	9-4-4 تصميم تغليف علبة سندويتش
116	10-4-4 تصميم نموذج لدراجة التوصيل
117	11-4-4 تصميم نموذج اللباس
118	12-4-4 تصميم نموذج مواقع التواصل الاجتماعية
119	5- عرض النتائج
119	1-5 في ضوء الفرضيات
119	2-5 في ضوء الدراسات السابقة
120	3-5 في ضوء المقاربة النظرية
120	خلاصة
122	خاتمة
123	الملخص
124	قائمة المصادر والمراجع

ملخص:

تناولت دراستنا موضوع "توظيف الهوية البصرية في التسويق لمؤسسة اقتصادية تصميم هوية بصرية لمطعم وجبات سريعة "ZOU FAST FOOD" حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على كيفية توظيف الهوية البصرية في عملية التسويق لمؤسسة اقتصادية ومعرفة القيم الفنية والجمالية التي يمكن استخدامها في عملية التصميم كذلك التعرف على أبرز عناصر الهوية البصرية وأيضا معرفة كيف يتم تفعيل العملية التسويقية ، بالاستعانة بمقاربة "رولان بارث" التي طبقناها في تحليل عينتين قصديتين، واتباع منهج الممارسة الفنية في تصميم نموذج لعينة دراستنا.

الكلمات المفتاحية: الهوية البصرية، التسويق، مؤسسة إقتصادية، مطاعم وجبات سريعة

Summary:

Our study dealt with the topic of "employing visual identity in marketing for an economic institution" Designing a visual identity for a fast food restaurant "ZOU FAST FOOD", where this study aimed to identify how to employ visual identity in the marketing process for an economic institution and to know the artistic and aesthetic values that can be used in the design process as well as to identify the most prominent elements of visual identity and also to know how the marketing process is activated, using the approach of "Roland Barthes" that we applied in analyzing two intentional samples, and following the approach of artistic practice in Sample design for our study sample

Keywords: Visual identity, Marketing, Economic organization, Fast food restaurants