

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة قسنطينة 3

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض

تخصص ماستر فن الإشهار

شعبة الفنون البصرية

توظيف الواقع المعزز في الترويج للمنتجات

النظارات الطبية أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إشراف الأستاذة:

د، إيمان مرابط

إعداد الطالب:

أسامي نوبية

السنة الجامعية: 2023/2024

فهرس المحتويات:

	إهداء
	شكر وعرفان
3	فهرس المحتويات:
6	فهرس الصور و الأشكال
8	مقدمة
12	الفصل الأول: الإطار المنهجي و التصوري للدراسة
13	تمهيد:
14	الإشكالية: 1
15	أسباب اختيار الموضوع: 2
16	الأسباب الذاتية: 2.1
16	الأسباب الموضوعية: 2.2
16	أهداف الدراسة: 3
16	أهمية الدراسة: 4
17	فرضيات الدراسة: 5
17	الدراسات السابقة: 6
18	الدراسة الأولى: توظيف تقنية الواقع المعزز في الاشهار السياحي - معالم مدينة قسنطينة انموذجا - 6.1
20	الدراسة الثانية: دور الترويج في توجيه سلوك المستهلك دراسة حالة: الموريتانية للألبان Lait 6.2
23	المنهج و الأدوات المستعملة: 7
24	مجالات الدراسة: 8
24	المجال الزماني و المكاني للدراسة : 8.1
25	عينة الدراسة: 8.2
25	أسباب اختيار العينة: 8.2.1
26	المقاربة النظرية للدراسة: 9
27	ضبط المصطلحات: 10
31	هيكلة الدراسة: 11
32	خلاصة
33	الفصل الثاني: الترويج و الواقع المعزز
34	تمهيد
35	الترويج والتسويق: 1

35	1.1 التسويق :
35	1.2 فكرة التسويق على مستوى العميل:
36	1.3 الخطوات الرئيسية في عملية إدارة التسويق:
37	1.4 الإشهار و الترويج في التسويق:
39	1.5 مزيج التسويق: The Marketing Mix
39	1.5.1 عناصر مزيج التسويق:
41	1.6 أدوات الترويج: Promotion
42	1.6.1 الإشهار و الدعاية: Advertising
45	1.6.2 ترويج المبيعات: Sales promotion
46	1.6.3 العلاقات العامة: Public relations
48	1.6.4 فريق البيع Sales force
51	2 تكنولوجيا الواقع المعزز في التسويق و الترويج:
52	2.1 التسويق 5.0 :
52	2.2 التسويق المعزز:
53	2.3 تكنولوجيا الواقع المعزز من المعلومة إلى المعرفة:
53	2.4 أنواع الواقع المعزز:
53	2.4.1 تتبع الصور:
53	2.4.2 الواقع المعزز بناءً على الموقع:
54	2.4.3 تتبع العلامات:
54	2.5 مكونات تقنية الواقع المعزز:
55	2.6 السمات الرئيسية لتقنية الواقع المعزز:
56	3 أهمية الواقع المعزز في الترويج:
57	3.1 تطبيقات الواقع المعزز:
57	3.2 إمكانيات استخدام الواقع المعزز في الترويج
58	3.3 العلاقة بين الواقع المعزز والترويج للنظارات الطبية:
60	خلاصة:
61	الفصل الثالث: تحليل المثال المقارب و تصميم التجربة الإفتراضية
62	تمهيد:
63	1 فكرة المشروع:
63	1.1 أهداف المشروع:
63	1.2 أهمية المشروع:
64	2 تحليل المثال المقارب تطبيق: Warby Parker

64	Warby Parker 2.1 بطاقة تقنية لتطبيق
65	2.2 أسباب اختيار المثال المقارب:
65	2.2.1 تحليل نسخة تطبيق الويب على ضوء مبادئ نظرية التفاعل البشري الحاسوبي:
66	2.2.2 الوصف و التحليل:
71	2.2.3 نتائج تحليل المثال المقارب:
72	3 تصميم التجربة الإفتراضية
72	3.1 لمحه عن المشروع:
72	3.2 مراحل إنجاز المشروع:
72	3.2.1 مرحلة الاستكشاف والتحليل:
73	3.2.2 مرحلة التخطيط والتصميم المبدئي:
76	3.2.3 مرحلة التنفيذ الإختبار و التعديل
95	3.3 عرض التجربة الإفتراضية في شكلها النهائي:
97	4 مناقشة النتائج:
97	4.1 في ضوء الفرضيات:
98	4.2 في الضوء المقاربة النظرية:
100	4.3 في الضوء الدراسات السابقة:
102	خلاصة
103	خاتمة
106	قائمة المصادر و المراجع:
109	الملخص

الملخص

تستهدف هذه الدراسة استكشاف وتحديد إمكانيات تقنية الواقع المعزز (AR) في مجال الترويج الرقمي، مع التركيز على تصميم وتنفيذ تجارب افتراضية لترويج النظارات الطبية. تُظهر نتائج الدراسة أن توظيف الواقع المعزز يمكن أن يوفر تجربة تسويقية مبتكرة وفعالة تُسهم في تسهيل عملية اختيار النظارات الطبية المناسبة.

من خلال تصميم فلتر افتراضي باستخدام كاميرا الهاتف وتقنية تتبع حركة الرأس، أثبتت الدراسة أن هذه التقنية تُعزز من تفاعل المستهلك مع المنتج وتسهل عليه عملية الاختيار. تم اختبار هذه التقنية على مختلف الأجهزة الذكية ونشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما أكَدَ فعاليتها في الترويج للنظارات الطبية.

النتائج المستخلصة تدعم فرضيات الدراسة وتبرز أن تقنية الواقع المعزز تُسهم في توفير تجربة تسوق ممتعة ومفيدة للمستهلكين. تُعد هذه الدراسة خطوة مهمة في مجال الترويج الرقمي وتحل آفاقاً جديدة لتوظيف تقنيات الواقع المعزز في مجالات تسويقية أخرى.

الكلمات المفتاحية:

الواقع المعزز. الترويج. النظارة الطبية. التجربة الإفتراضية. تصميم. تقنية

Résumé:

Cette étude vise à explorer et à identifier les possibilités de la technologie de réalité augmentée (AR) dans le domaine de la promotion numérique, en se concentrant sur la conception et la mise en œuvre d'expériences virtuelles pour la promotion des lunettes médicales. Les résultats de l'étude montrent que l'utilisation de la réalité augmentée peut offrir une expérience marketing innovante et efficace, facilitant le processus de sélection des lunettes médicales appropriées. En concevant un filtre virtuel utilisant la caméra du téléphone et la technologie de suivi des mouvements de la tête, l'étude a démontré que cette technologie améliore l'interaction du consommateur avec

le produit et simplifie le processus de choix. Cette technologie a été testée sur divers appareils intelligents et diffusée via des plateformes de médias sociaux, confirmant ainsi son efficacité dans la promotion des lunettes médicales.

Les résultats obtenus soutiennent les hypothèses de l'étude et mettent en évidence que la technologie de la réalité augmentée contribue à offrir une expérience d'achat agréable et utile pour les consommateurs. Cette étude constitue une étape importante dans le domaine de la promotion numérique et ouvre de nouvelles perspectives pour l'utilisation des technologies de réalité augmentée dans d'autres domaines marketing.

Mots-clés:

Réalité augmentée, Promotion, Lunettes médicales, Expérience virtuelle, Conception, Technologie.

Abstract:

This study aims to explore and identify the potential of augmented reality (AR) technology in the field of digital promotion, with a specific focus on designing and implementing virtual experiences for medical glasses. The study's findings reveal that utilizing augmented reality can provide an innovative and effective marketing experience, streamlining the process of selecting appropriate medical eyewear.

By creating a virtual filter using smartphone cameras and head motion tracking technology, the study demonstrated that this approach enhances consumer interaction with the product and simplifies the decision-making process. Testing the technology across

various smart devices and distributing it via social media platforms further confirmed its effectiveness in promoting medical glasses.

The obtained results support the study's hypotheses and underscore how augmented reality technology contributes to a pleasant and useful shopping experience for consumers. This research represents a significant step forward in the realm of digital promotion and opens new avenues for utilizing augmented reality in other marketing domains.

Key Words :

Augmented reality, promotion, medical lenses, virtual experience, design, technology.