

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر - قسنطينة 03

قسم فنون بصرية و فنون العرض



كلية الفنون و الثقافة

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر أكاديمي في شعبة فنون بصرية

تخصص: فن الإشهار

**الإشهار الالكتروني لتطبيقات الهاتف الذكي**

**تصميم ومضات اشهارية لتطبيق بريدي موب - بريد الجزائر أنموذجا**

إشراف الأستاذ:

عبد الحليم بوشراكي

من إعداد الطالبة:

كنزة عقاب

السنة الجامعية:

2021 \ 2022

فهرست المحتويات	
	الإهداء
	الشكر و التقدير
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال و الصور
	ملخص الدراسة
2	مقدمة
4	الإشكالية
5	مبررات اختيار الموضوع
6	أهمية الموضوع
6	أهداف الموضوع
6	منهج البحث و الأدوات المستعملة
8	دراسات سابقة
الفصل الأول: الجانب النظري	
الإشهار الإلكتروني	
11	تحديد مفاهيم الدراسة
13	تمهيد
13	1. نشأة الاشهار الالكتروني
14	2. أشكال الإشهار الإلكتروني
19	3. خصائص الإشهار الإلكتروني
20	4. استراتيجيات الاشهار الالكتروني
22	5. الاشهار الالكتروني للتطبيقات
I. الومضة الإشهارية الالكترونية	
22	1. نشأة و تطور الومضة الاشهارية الالكترونية
23	2. خصائص الومضة الاشهارية
23	3. تأثيرات الومضة الإشهارية الالكترونية على المستخدم
II. تطبيقات الهواتف الذكية	
24	1. تطور استخدام الهاتف الذكي

25	2. نشأة التطبيقات الذكية
27	3. أنواع التطبيقات الذكية
30	4. أهمية التطبيقات الذكية
31	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: الجانب التطبيقي</b>	
33	تمهيد
<b>1. تطبيق بريدي مرب</b>	
33	1. خدمات تطبيق بريدي موب
34	2. كيفية الاستفادة من خدمات تطبيق بريدي موب
36	3. أهمية تطبيق بريدي موب
<b>مراحل تصميم الومضات الاشهارية لتطبيق بريدي موب</b>	
37	1. خطوات تصميم الومضة الاشهارية الأولى
47	2. خطوات تصميم الومضة الإشهارية الثانية
58	خلاصة الفصل
60	خاتمة
قائمة المصادر و المراجع	

### فهرس الأشكال و الصور:

الصور	
17	الصورة 1: الشريط الاعلاني
18	الصورة 2: اشهارات الدعاية
20	الصورة 3: الاشهارات الفاصلة
21	الصورة 4: الاشهارات المفاجئة
32	الصورة 5: شعار آبل
33	الصورة 6: شعار أندرويد
34	الصورة 7: شعار ويندوز فون
43	الصورة 8: الخطوة الاولى
43	الصورة 9: الخطوة الاولى

43	الصورة 10:الخطوة الاولى
44	الصورة 11:الخطوة الثانية
44	الصورة 12:الخطوة الثالثة
44	الصورة 13:الخطوة الثالثة
45	الصورة 14:الخطوة الرابعة
45	الصورة 15:الخطوة الرابعة
46	الصورة 16:تصميم الومضة الاشهارية 1
46	الصورة 17:تصميم الومضة الاشهارية 1
47	الصورة 18: تصميم الومضة الاشهارية 1
47	الصورة 19: تصميم الومضة الاشهارية 1
47	الصورة 20: تصميم الومضة الاشهارية 1
48	الصورة 21: تصميم الومضة الاشهارية 1
48	الصورة 22: تصميم الومضة الاشهارية 1
49	الصورة 23: تعديل الصور
49	الصورة 24:تعديل الصور
49	الصورة 25:تعديل الصور
49	الصورة 26: تعديل الصور
50	الصورة 27:تعديل الصور
50	الصورة 28: تعديل الصور
50	الصورة 29: تعديل الصور
50	الصورة 30:تعديل الصور
51	الصورة 31: تصميم الومضة الاشهارية 1
51	الصورة 32: تصميم الومضة الاشهارية 1
51	الصورة 33: تصميم الومضة الاشهارية 1
52	الصورة 34: تصميم الومضة الاشهارية 1
52	الصورة 35: تصميم الومضة الاشهارية 1
53	الصورة 36: تصميم الومضة الاشهارية 1
53	الصورة 37:اللقطه الأولى من الومضة الاشهارية
54	الصورة 38:اللقطه الثانية من الومضة الاشهارية

54	الصورة 39: اللقطة الثالثة من الومضة الاشهارية
55	الصورة 40: اللقطة الرابعة من الومضة الاشهارية
55	الصورة 41: اللوغو انيميشن 1
58	الصورة 42: تصميم الومضة الاشهارية 2
58	الصورة 43: تصميم الومضة الاشهارية 2
59	الصورة 44: تصميم الومضة الاشهارية 2
59	الصورة 45: تصميم الومضة الاشهارية 2
60	الصورة 46: تصميم الومضة الاشهارية 2
60	الصورة 47: تصميم الومضة الاشهارية 2
61	الصورة 48: تصميم الومضة الاشهارية 2
61	الصورة 49: تصميم الومضة الاشهارية 2
62	الصورة 50: تصميم الومضة الاشهارية 2
62	الصورة 51: اللقطة الاولى من الومضة 2
63	الصورة 52: اللقطة الثانية من الومضة 2
63	الصورة 53: اللقطة الثالثة بالومضة الاشهارية 2
63	الصورة 54: اللقطة الرابعة بالومضة الاشهارية 2
64	الصورة 55: اللقطة الخامسة بالومضة الاشهارية 2
64	الصورة 56: اللقطة السادسة بالومضة الاشهارية 2
64	الصورة 57: اللقطة السابعة بالومضة الاشهارية 2
65	الصورة 58: اللقطة الثامنة بالومضة الاشهارية 2
65	الصورة 59: اللقطة التاسعة بالومضة الاشهارية 2
65	الصورة 60: اللوغو الأنيميشن 2

## ملخص الدراسة:

### ▪ الملخص باللغة العربية:

اهتمت هذه الدراسة بالبحث في مجال الإشهار الإلكتروني خصوصا مع الثورة التكنولوجية التي عرفها مجال الإعلام و الاتصال في عصرنا و التي انعكست على المجال الإشهاري، إذ تناولنا في هذه الدراسة موضوع الإشهار الإلكتروني لتطبيقات الهاتف الذكي، و اتخذنا تطبيق BaridiMob الخدمي الذي أطلقته المؤسسة العمومية "بريد الجزائر" مؤخرا كعينة لتصميم ومضة إشهارية إلكترونية ترويجية لهذا التطبيق.

و اعتمدت الدراسة على منهج الممارسة الفنية بالدرجة الأولى ثم المنهج الوصفي بالدرجة الثانية.

و توصلت هذه الدراسة إلى أن تصميم الومضات الاشهارية أو الفيديوهات الاشهارية الالكترونية بطريقة معاصرة بعيدا عن الأساليب الكلاسيكية التقليدية لتصميم ومضات إضافة إلى اللمسة الإبداعية و النظرة الفنية لدى المصمم، تجعل الومضة الإشهارية الالكترونية أكثر حداثة و تميزا و فاعلية للترويج.

### ▪ الملخص باللغة الانجليزية:

This study was concerned with research in the field of electronic advertising, especially with the technological revolution that the field of media and communication has known in our time, which was reflected in the advertising field. We took the application of **BaridiMob**, which was recently launched by the Algerian public institution **Algeria Post**, as a sample to design a promotional electronic video for this application. The study relied on the art based method in the first degree, then the descriptive method in the second degree.

This study reached that the design of flash or video electronic advertising , in a contemporary way away from the classic traditional methods of designing flashes, in addition to the creative touch and artistic outlook of the designer, makes the electronic advertising flash more modern, distinctive and effective for promotion.