

## تصميم ومرة إشهارية لتسويق منتج تجاري بيوتاچس " BIOTACHES " أنموجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إشراف: د عبد الحليم بوشراكى  
إعداد الطالبة: نورالهدى شبوط

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	د. صاردة زقاي
مشرفا ومقررا	د. عبد الحليم بوشراكى
مناقش	د. الياس أعراب

## الفهرس

إهادء

شكر وعرفان

.....	مقدمة
15 .....	تمهيد: الإشهار
15 .....	مفهوم الإشهار: la publicité
15 .....	مفهوم الإشهار:
16 .....	التسويق: commercialisation
17 .....	مدخل عام للإشهار التسويقي:.....
17 .....	تعريف الإشهار التسويقي: .....
17 .....	نشأة الإشهار التسويقي: .....
19 .....	أشكال الإشهار التسويقي: .....
21 .....	استراتيجيات الإشهار التسويقي: .....
22 .....	إسقاط استراتيجيات الإشهار التسويقي على المنتج :biotaches
23 .....	التطور التاريخي للومنصة الإشهارية: .....
23 .....	الومنصة الإشهارية التسويقية: .....

23 .....	تعريف الومضة: .....
23 .....	تعريف الومضة الإشهارية: .....
24 .....	مراحل التطور التاريخي للومضة الإشهارية: .....
25 .....	خصائص الومضة الإشهارية التسويقية: .....
26 .....	أنواع الومضات الإشهارية التسويقية: .....
28 .....	التعريف بالمنتج: .....
28 .....	مكونات المنتج: .....
29 .....	السعر التقريري: .....
30 .....	الرسالة الإشهارية: .....
30 .....	شرح الرسالة: .....
31 .....	بناء الومضة الإشهارية: biotaches أنمودجا: .....
32 .....	عنوان الومضة: biotaches الثقة المتعددة، والانتعاش الدائم .....
32 .....	نص الومضة: صورة هادئ أنثوي وناعم .....
32 .....	النصوص على الشاشة: .....
33 .....	بناء المشاهد في الومضة: .....
33 .....	المشهد الأول: .....
35 .....	المشهد الأول: مقدمة اثارة - ظهور المنتج لأول مرة .....

36 .....	البرامج المستعملة في هذا المشهد:.....
37 .....	المشهد الثاني: الوقاية والتخلص من البقع الداكنة. ....
37 .....	الوصف البصري:.....
39 .....	البرامج المستعملة:.....
40 .....	المشهد الثالث: مكونات المنتج .....
40 .....	العناصر البصرية المستخدمة:.....
40 .....	المؤثرات الصوتية والموسيقى:.....
41 .....	النص الإشهاري:.....
41 .....	البرامج المستخدمة:.....
41 .....	الرسالة الإشهارية:.....
43 .....	المشهد الرابع: جمالية عبوة المنتج:.....
43 .....	العناصر البصرية المستخدمة:.....
44 .....	البرامج المستعملة:.....
45 .....	المشهد الخامس والأخير: نهاية الومضة التأثير والجذب. ....
48 .....	الخاتمة:.....
51 .....	قائمة المصادر والمراجع .....

## **ملخص:**

تتناول هذه المذكورة موضوع تصميم الومضة الإشهارية كأداة فعالة في تسويق المنتجات التجميلية، حيث تم اختيار منتج "Bio Tâche" من شركة Magpharm كأنموذج تطبيقي. تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية العناصر البصرية والسمعية في بناء ومضة ذات تأثير نفسي وجمالي على المتلقي، وتبيان كيف يمكن للخطاب الإشهاري المدروس أن يعزز من صورة المنتج في أذهان المستهلكين. اعتمدنا في الجانب النظري على المفاهيم الأساسية للإشهار البصري، والتقنيات الفنية للتصميم السمعي-البصري، في حين تضمن الجانب التطبيقي إعداد سيناريو ومضة إشهارية متكاملة تراعي القيم الجمالية، والدلائل الرمزية، ومتطلبات السوق المستهدفة.

**الكلمات المفتاحية:** الإشهار البصري، التصميم السمعي-البصري، تسويق المنتجات التجميلية.

## **Résumé en français:**

Ce mémoire traite de la conception de la publicité télévisée comme un outil stratégique dans le marketing des produits cosmétiques, en prenant le produit "Bio Tâche" de la société Magpharm comme modèle d'étude. L'objectif est de mettre en lumière l'importance des éléments visuels et sonores dans la création d'un spot publicitaire capable d'exercer un impact esthétique et psychologique sur le récepteur. La partie théorique repose sur les concepts fondamentaux de la communication visuelle et des techniques audiovisuelles, tandis que la partie pratique propose un scénario publicitaire intégral, alliant valeurs esthétiques, symboliques et exigences du marché cible.

**Mots clés :** Publicité visuelle, Conception audiovisuelle, Marketing des produits cosmétiques