الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3

صالح بوبنيدر
SALAH BOUBNIDER

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض

# توظيف الهوية البصرية في التسويق لمؤسسة إقتصادية

## تصميم هوية بصرية لمطعم وجبات سريعة "ZOUI FAST FOOD"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إعداد الطالب:

غلوج أشرف

تحت إشراف:

د. مرابط إيمان

أعضاء لجنة المناقشة:

| | |
|---|---|
| د. عميرش محمد | رئيسا |
| د. مرابط إيمان | مشرفا ومقررا |
| د. زقاي صارة | مناقشا |

السنة الجامعية: 2023/2022

## فهرس المحتويات:


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

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

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

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

## فهرس الصور:


| رقم الصورة | العنوان | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | تاريخ العلامات التجارية | 29 |
| 02 | بعض العلامات التجارية القديمة | 30 |
| 03 | "SAMSON" أقدم علامة تجارية أمريكية مسجلة | 31 |
| 04 | اشهار كوكا كولا سنة 1920م | 32 |
| 05 | مطعم ماكدونالدز خمسينيات القرن الماضي | 33 |
| 06 | مقتطفات من اشهار آبل 1984 | 34 |
| 07 | شعار شركة " APPLE" | 37 |
| 08 | شعار شركة "NIKE" | 37 |
| 09 | شعار شركة كوكا كولا | 37 |
| 10 | شعار شركة لويس فيتون | 38 |
| 11 | شعار سلسلة مطاعم KFC | 38 |
| 12 | دائرة غوته اللونية | 41 |
| 13 | دائرة نيوتن اللونية | 41 |
| 14 | استخدام خطوط بنهايات تزينية في شعارات | 46 |
| 15 | استخدام الخطوط بدون نهايات تزينية في شعارات | 46 |
| 16 | استخدام الخطوط المحاكية للخط اليدوي في شعارات | 47 |
| 17 | استخدام الخطوط الحديثة في شعارات | 47 |
| 18 | الشعارات اللفظية لبعض الشركات العالمية | 49 |
| 19 | مثال عن إرشادات الاستخدام | 52 |
| 20 | فروع شركة غوغل | 53 |
| 21 | فروع فنادق ماريوت | 53 |
| 22 | فروع العلامة التجارية P&G | 54 |
| 23 | شعار شركة مكدونالز McDonald's | 78 |
| 24 | رموز ألوان ماكدونالدز الأساسية | 80 |
| 25 | نوع خط كتابة ماكدونالدز "Speedee" | 80 |
| 26 | رموز وأيقونات ماكدونالدز | 81 |
| 27 | شعار دجاج كنتاكيKFC | 81 |
| 28 | استعمالات رموز وأيقونات الهوية البصرية لشركة دجاج كنتاكي | 83 |
| 29 | رموز ألوان شركة دجاج كنتاكي الأساسية | 83 |
| 30 | رموز ألوان "Zoui Fast Food" | 84 |
| 31 | نوع الرموز الأول | 85 |
| 32 | نوع الرموز الثاني | 85 |
| 33 | كتابة كلمة "zoui" | 86 |
| 34 | تعديل حرف "Z" | 86 |
| 35 | إضافة دائرتين للشعار | 86 |

| | | |
|---|---|---|
| 36 | إضافة إطار خارجي | 87 |
| 37 | إضافة عبارة "Fast food" | 87 |
| 38 | تلوين خلفية الشعار | 87 |
| 39 | تلوين كلمة "Zoui" | 88 |
| 40 | تلوين الدوائر | 88 |
| 41 | تصميم الشعار النهائي | 88 |
| 42 | تصميم الشعار النهائي باللون الأسود | 88 |
| 43 | خلفية الملصق الأول | 89 |
| 44 | إضافة صور الهامبرغر | 89 |
| 45 | إضافة عنصر الكتابة والشعار | 90 |
| 46 | التصميم النهائي للملصق الأول | 90 |
| 47 | خلفية الملصق الثاني | 91 |
| 48 | إضافة صور البيتزا مع أيقونتين | 91 |
| 49 | إضافة عنصر الكتابة والشعار | 91 |
| 50 | التصميم النهائي للملصق الثاني | 92 |
| 51 | خلفية الملصق الثالث | 93 |
| 52 | إضافة صور الكريسبي | 93 |
| 53 | إضافة الكتابة والشعار | 93 |
| 54 | التصميم النهائي للملصق الثالث | 94 |
| 55 | خلفية اللصق الرابع | 95 |
| 56 | إضافة صورة بيتزا | 95 |
| 57 | إضافة الكتابة والشعار | 95 |
| 58 | النسخة النهائية للملصق الرابع | 96 |
| 59 | خلفية الملصق الخامس | 97 |
| 60 | تلوين خلفية الشعار | 97 |
| 61 | إضافة الشعار والكتابة | 97 |
| 62 | النسخة النهائية للملصق الخامس | 98 |
| 63 | انشاء خلفية قائمة الطعام | 99 |
| 64 | تلوين خلفية الشعار | 99 |
| 65 | إضافة الشعار والكتابة | 99 |
| 66 | النسخة النهائية لتصميم قائمة الطعام | 100 |
| 67 | خلفية الجهة الأمامية للمطوية | 101 |
| 68 | إضافة الشعار وصورة | 101 |
| 69 | إضافة الكتابة | 101 |
| 70 | التصميم النهائي لقائمة الطعام (الجهة الامامية للمطوية) | 102 |
| 71 | خلفية الجهة الخلفية | 103 |
| 72 | إضافة الكتابة | 103 |
| 73 | إضافة الصور والشعار | 103 |

| | | |
|---|---|---|
| 74 | لتصميم النهائي لقائمة الطعام (الجهة الخلفية للمطوية) | 104 |
| 75 | خلفية بطاقة العمل/الزيارة الأمامية | 105 |
| 76 | إضافة صورة | 105 |
| 77 | خلفية بطاقة العمل/الزيارة الخلفية | 105 |
| 78 | إضافة الكتابة والأيقونات | 106 |
| 79 | تلوين خلفية الشعار | 106 |
| 80 | التصميم النهائي لبطاقة العمل/الزيارة | 106 |
| 81 | مخطط ثنائي الأبعاد لعلبة الهامبرغر | 107 |
| 82 | تلوين مخطط علبة الهامبرغر | 107 |
| 83 | إضافة الشعار والايقونات علبة الهامبرغر | 107 |
| 84 | النسخة النهائية لتصميم علبة الهامبرغر | 108 |
| 85 | مخطط ثنائي الابعاد لعلبة البيتزا | 109 |
| 86 | تلوين العلبة | 109 |
| 87 | إضافة العناصر النهائية | 109 |
| 88 | التصميم النهائي لعلبة البيتزا | 110 |
| 89 | مخطط ثنائي الابعاد لعلبة البيتزا الصغيرة | 111 |
| 90 | تلوين العلبة | 111 |
| 91 | إضافة العناصر النهائية | 111 |
| 92 | التصميم النهائي لعلبة البيتزا الصغيرة | 112 |
| 93 | مخطط ثنائي الابعاد لعلبة البطاطس المقلية | 113 |
| 94 | تلوين العلبة | 113 |
| 95 | إضافة الشعار والأيقونات | 113 |
| 96 | التصميم النهائي لعلبة البطاطس المقلية | 114 |
| 97 | مخطط ثنائي لعلبة ساندويتش | 115 |
| 98 | تلوين العلبة وإضافة الأيقونات | 115 |
| 99 | إضافة عناصر النهائية | 115 |
| 100 | التصميم النهائي لعلبة ساندويتش | 116 |
| 101 | نموذج دراجة توصيل | 116 |
| 102 | نموذج لقبعة عامل بالمطعم | 117 |
| 103 | نموذج لقميص عامل المطعم | 117 |
| 104 | تصميم نموذج وسائل اتصال اجتماعي | 118 |


## فهرس الجداول


| رقم الجدول | العنوان | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | مراحل تحليل المثال المقارب الأول | 79 |
| 01 | مراحل تحليل المثال المقارب الثاني | 82 |

**ملخص:**

تناولت دراستنا موضوع "توظيف الهوية البصرية في التسويق لمؤسسة اقتصادية تصميم هوية بصرية لمطعم وجبات سريعة "ZOUI 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 "ZOUI 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