

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض

مذكرة التخرج ضمن متطلبات

نيل شهادة الماستر الأكاديمي تخصص فن الإشهار

الترويج للمنتجات الغذائية من خلال تصميم عصري
بيمو نموذجاً

من إعداد الطالبتين

• مريم بازين

• جهينة حجاب

تحت إشراف الأستاذ

د. عبد السلام يخلف

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
نجاح بلهوشات	جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر	رئيسة اللجنة
عبد السلام يخلف	جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر	مشرف
حمزة تريكي	جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر	مناقش

السنة الجامعية 2023/2022

إهداء

شكر

IV.....	فهرست الصور
VII.....	فهرست الجداول
VIII.....	فهرست الملاحق
X.....	ملخص
أ.....	مقدمة
20.....	1-الدراسات السابقة
21.....	2-تحديد المفاهيم
23.....	3-الإشكالية
24.....	4-دوافع اختيار موضوع الدراسة
25.....	5-أهمية الدراسة
25.....	6-أهداف الدراسة
26.....	7-فرضيات الدراسة
27.....	8-منهج الدراسة والأدوات المستعملة
29.....	9-الأدوات المستعملة في التصميم
30.....	10-مجالات الدراسة
30.....	11-عينة الدراسة
31.....	12-المقاربات النظرية لموضوع الدراسة
33.....	13-هيكلية الدراسة

الفصل الأول

تمهيد.....	35
1- ماهية الترويج .	36
1-1. مفهوم مزيج الترويجي	36
1-1-1. عناصر المزيج الترويجي	37
1-2. أهمية الترويج	39
1-3. أهداف الترويج	40
1-4. استراتيجيات الترويج	42
1-4-1. أهم متغيرات اختيار الاستراتيجية	43
1-5. النشاط الاعلاني وعلاقته بالترويج	44
1-6. دور الترويج في التأثير على زيادة المبيعات	45
2- ماهية التصميم الغرافيكي العصري	47
2-1. نشأة التصميم الغرافيكي العصري	47
2-2. طرق التصميم الغرافيكي	50
2-3. أهمية التصميم الغرافيكي في الترويج للمنتجات	51
2-4. أهداف التصميم الغرافيكي	53
2-5. عناصر التصميم الغرافيكي	54
2-6. أسس التصميم الغرافيكي	64
2-7. دور التصميم الغرافيكي العصري في زيادة الترويج للمنتجات الغذائية	75
خلاصة.....	74

الفصل الثاني مشروع تصميم غرافيكي عصري لمنتوج غذائي

تمهيد.....	79
1. فكرة المشروع الفني.....	79
2. تحليل نموذج من تصميم شركة بيمو الجزائر.....	80
1-2. تحليل تصميم نموذج لغلاف شركة بيمو الجزائر من الجانب الوظيفي.....	80
2-2. تحليل نموذج لغلاف كوكيز بيمو من الجانب الجمالي.....	82
2-3. تحليل تغليف منتج كوكيز لشركة بيمو من حيث العناصر ومبادئ التصميم.....	90
3. مرحلة جمع المعلومات وتوليد الافكار.....	92
4. خطوات تصميم تغليف عصري لمنتج كوكيز لشركة بيمو.....	93
1-4. إعداد التصميم الاولي للتغليف العصري للمنتج.....	93
2-4. تجسيد التصميم الغرافيكي العصري من خلال البرامج.....	94
5- تقييم مشروع التصميم العصري للغلاف منتج بيمو.....	105
6- المناقشة النهائية للدراسة.....	106
1-6. في ضوء الفرضيات.....	106
2-6. في ضوء الدراسات السابقة.....	108
3-6. في ضوء المقاربة النظرية.....	109
خلاصة.....	111
خاتمة.....	113
فهرست المصادر والمراجع.....	116
الملاحق.....	125

ملخص

تناولت دراسة الموضوع الترويج للمنتجات الغذائية من خلال تصميم غرافيكي عصري لمنتوج الغذائي كوكيز لشركة بيمو حيث هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية الترويج ودوره في زيادة المبيعات، وكذا أهمية التصميم الغرافيكي العصري في شد انتباه المستهلكين، ولتحقيق اعتمادنا على منهج الممارسة الفنية ومنهج التحليل السيميولوجي لـ"رولان بارت" (Roland Barthes) في تحليل الصورة الإشهارية، حيث طبقنا مراحلها على العينة القصصية التي قمنا باختيارها. توصلت الدراسة إلى أن دور الترويج يكون فعالاً في زيادة المبيعات تبعاً للتصاميم المبتكرة واللافتة للانتباه، وتم تحقيق ذلك من خلال دراستنا بعد تصميم تغليف عصري ومبتكر وحل المشاكل التي كانت في التغليف القديم.

كلمات مفتاحية

مستهلك، منتج، تصميم الغرافيكي، تصميم الغرافيكي العصري، منتجات الغذائية، ترويج.

Le résumé

L'étude a abordé le sujet de la promotion des produits alimentaires à travers un design graphique moderne qui concerne "Cookies", produit alimentaire de l'entreprise Bimo. L'objectif de l'étude est la mise en évidence l'importance de la promotion et son rôle dans l'augmentation des ventes, ainsi que l'importance du design graphique moderne pour attirer l'attention des consommateurs. Pour atteindre cet objectif, cette étude adopté une approche basée sur la pratique artistique et la méthodologie analytique sémiologique de Roland Barthes dans l'analyse de l'image publicitaire, que nous avons appliquée à l'échantillon ciblé que nous avons choisi.

L'étude a conclu que le rôle de la promotion est efficace pour augmenter les ventes grâce à des designs innovants et accrocheurs. Cela a été réalisé à travers cette étude, en concevant un emballage moderne et innovant après avoir traité les problèmes présents dans l'emballage précédent.

Les mots clés

Le consommateur, le produit, le design graphique, le design graphique moderne, les produits alimentaires, la promotion.

Summary

The study addresses the topic of promoting food products through modern graphic design by working on "Cookies" produced by Bimo Company. The study aims to highlight the importance of promotion and its role in increasing sales, as well as the significance of modern graphic design in capturing consumers' attention. To achieve this, the study relies on the methodology of artistic practice and Roland Barthes's semiotic analysis in analyzing advertising images, applying its stages to the selected sample.

The study concludes that the promotion plays an effective role in increasing sales, attributed to innovative and attention-grabbing designs. This was achieved through our study by designing a modern and innovative packaging and dealing with the issues present in the old packaging.

Key words

The consumer, the product, graphic design, modern graphic design, food products, promotion.