

كلية الفنون والثقافة  
قسم الفنون البصرية وفنون العرض  
مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص فن الإشهار

توظيف الذكاء الاصطناعي في العملية الإشهارية:  
دراسة في عرض المنتجات الفنية بتقنية  
الهولوجرام.

من إعداد الطالب(ة):

بوقزولة

شيماء

عبد العالي

أبنة

تحت إشراف الدكتور:

• بن عزة أحمد

لجنة المناقشة:

-د/. بولهوشات نجاح \_ جامعة قسنطينة 3/ صالح بوبنيدر رئيسا

-د/. بن عزة أحمد \_ جامعة قسنطينة 3/ صالح بوبنيدر مشرفا

-د/. بن سالم محمد بشير \_ جامعة قسنطينة 3/ صالح بوبنيدر مناقشا

## الملخص:

تناولت الدراسة موضوع توظيف الذكاء الاصطناعي بخاصة الهولوجرام، موسومة: "دراسة في منجزات الهولوجرام علو المنتج الفني"، حيث هدفت إلى الكشف على طريقة استخدام الذكاء في العملية الإشهارية من خلال إبراز مدى فعاليتها وتأثيرها على المنتج الفني، ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وكذا المنهج التطبيقي التحليلي لدراسة بعض النماذج المختارة، وإبراز الدور الأساسي للذكاء الاصطناعي في تحسين حملات الإعلان والترويج لها، وزيادة نجاحها من خلال تكنولوجيا الهولوجرام التي تقدم تجربة تعزز التفاعل بين المتلقي والمنتج الفني، كما استخدمنا مجموعة من الأدوات لتحقيق هذا الهدف كعمل نماذج شخصية وتحليل ومضات إشهارية، وتوصلت الدراسة على أن فعالية العملية الإشهارية ترتبط بالوسيلة التي يتم استخدامها حيث أن تقنية الذكاء الاصطناعي لها فعالية كبيرة على الإعلانات التجارية، باعتبار الهولوجرام ابتكار بصري ثلاثي الأبعاد يحسن من فعاليات الإعلان وزيادة جاذبيتها وتأثيرها على المشاهدين.

**الكلمات المفتاحية:** ذكاء اصطناعي، الإشهار، ترويج، منجزات، هولوجرام، منتج

## Le résumé :

L'étude a traité du sujet de l'utilisation de l'intelligence artificielle, en particulier de la Hologram, étiquetée: «Une étude dans les réalisations de l'Hologram, la hauteur du produit artistique», où elle visait à révéler la façon dont l'intelligence est utilisée dans la publicité Processus en mettant en évidence son efficacité et son impact sur le produit artistique, et pour atteindre cet objectif, l'approche descriptive a été invoquée sur l'analyse, ainsi que l'approche analytique appliquée pour étudier certains modèles sélectionnés, mettant en évidence le rôle principal de l'intelligence artificielle dans l'amélioration de la publicité campagnes, et augmenter leur succès grâce à la technologie Hologram qui offre une expérience qui améliore l'interaction entre le destinataire et le produit artistique, et nous avons également utilisé un ensemble d'outils pour atteindre cet objectif comme faisant des modèles personnels et l'analyse des éclair publicitaires et l'étude ont trouvé Le fait que l'efficacité du processus publicitaire soit liée aux moyens utilisés comme technique de l'intelligence artificielle a une grande efficacité sur les publicités commerciales, étant donné que le Hologram est une innovation optique à trois dimensions qui améliore les activités publicitaires et augmente son attractivité et son attitude impact sur les téléspectateurs.

Les Mots-clés : Intelligence Artificielle, Publicité, Promotion, Réalisations, Holographique, Produit.

الصفحة	العنوان
	ملخص الدراسة
أ- ط	المقدمة
هـ	تحديد المفاهيم
1	الفصل الأول: الإنسان الآلي البشري الاجتماعي والعملية الإشهارية
1	تمهيد.....
7	المبحث الأول: التعريف بالثورة الصناعية الرابعة وأهم تقنياتها في المجال الإشهاري
8	تعريف الثورة الصناعية الرابعة.....
8	خصائص الثورة الصناعية.....
9	دور التكنولوجيا الحديثة وحتميتها في التسويق الرقمي.....
10	تعريف التكنولوجيا الحديث.....
10	مفهوم التسويق الرقمي.....
11	تعريف التسويق الرقمي.....
12	تطور مفهوم التسويق الرقمي.....
12	خصائص التسويق الرقمي.....
14	خلاصة.....
15	المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي ومشاريعه المختلفة.....
16	مفهوم الذكاء الاصطناعي.....
17	نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي.....
19	أهمية الذكاء الاصطناعي.....
20	خصائص ومميزات الذكاء الاصطناعي.....
22	عيوب الذكاء الاصطناعي.....
23	استعمالات وأهداف الذكاء الاصطناعي.....
25	أنواع الذكاء الاصطناعي.....

27	.....تطبيقات الذكاء الاصطناعي
28	.....الفرق بين الذكاء الاصطناعي والذكاء البشري
30	.....خلاصة
31	.....المبحث الثالث: الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي
32	.....فوائد التسويق بالذكاء الاصطناعي
32	.....تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق
33	.....أمثلة على بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق
36	.....خلاصة
37	.....المبحث الرابع: الهولوجرام وتقنياته
38	.....ماهية تقنية الهولوجرافي والهولوجرام
40	.....نشأة وتاريخ تقنية الهولوجرام
40	.....أنواع الهولوجرام
42	.....خصائص الهولوجرام
43	.....عيوب الهولوجرام
44	.....استخدام تقنية الهولوجرام في مجال الفنون البصرية
45	.....مجالات تطبيق تقنية الهولوجرام
47	.....الأدوات المستخدمة في تقنية الهولوجرام وكيف تعمل
50	.....خطوات عمل تقنية الهولوجرام
54	.....خلاصة
56	.....الفصل الثاني:
57	.....تمهيد
58	.....النموذج الأول: ومضة إخبارية خاصة بتمثال توتعنخامون بالمتحف المصري
69	.....النموذج الثاني: مضة إخبارية خاصة لأحدث تكنولوجيا التسويق والدعاية
84	.....النموذج التطبيقي: إنجاز نموذج للهولوجرام مع ومضة
92	.....خلاصة الفصل

## فهرس المحتويات

---

94	..... خاتمة الدراسة
97	..... قائمة المراجع