

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

صالح بوبنيدر.03جامعة قسنطينة

كلية الفنون والثقافة قسم الفتوت البصرية وفنون العرض

دور الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجية الترويج الإلكتروني.  
تصميم وترويج لعلامة تجارية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

ذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر الأكاديمية في شعبة الفنون البصرية تخصص فن الإشهار.م

من إعداد الطالبتين:

بوقعدة خولة

بوعافية فرح

:

الصفة	اسم ولقب الأساتذة
يساري	إيمان مرابط بـ د
مشرفا	د .بوطعوش فوزية
مناقشا	ن دكوم سميدة بـ

السنة الدراسية:

2024–2025

-الشكل-1

-الإهداء-2

-المقدمة-9

-	الإشكالية.....	10
.-12-	أسباب اختيار الموضوع.....	
-	أهمية الموضوع.....	
.-12	أهداف الموضوع.....	
.-13-	الفرضيات-13.....	
.-15-	نوع الدراسة و المنهج المستخدم.....	
.-17-	صعوبات الموضوع.....	
.-17-	الدراسات السابقة.....	
-20-	مصطلحات الدراسة.....	
.-23-	هيكلة الدراسة.....	
	الفصل الأول : الترويج الإلكتروني.....	
-	تم هيد.....	
.-26		
.-26-	مراحل تطور مفهوم الترويج الإلكتروني.....	
.-28-	أسس الترويج الإلكتروني.....	
.-30-	تطور الترويج الإلكتروني من المفهوم التقليدي إلى الرقمي.....	
.-34-	أدوات و استراتيجيات الترويج الإلكتروني.....	
.-42-	خلاصة.....	

## الفصل الثاني: الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الترويج الإلكتروني

-تمهيد-44-

استخدام الذكاء الاصطناعي في الترويج .....	.44-
تأثير الذكاء الاصطناعي على الترويج.....	.48-
تصنيف الذكاء الاصطناعي.....	.51-
خصائص تطبيقات الذكاء الاصطناعي.....	.52-
سلبيات وإيجابيات الذكاء الاصطناعي.....	.53-
فوائد الذكاء الاصطناعي-54.....	.54-
تطبيقات الذكاء الاصطناعي...-55.....	.55-
خلاصة.....	.58-
الفصل الثالثتطبيقات الذكاء الاصطناعي واستعمالاته في الترويج الإلكتروني.	
تمهيد.....	.60-
مراحل الترويج الإلكتروني باستخدام الذكاء الاصطناعي.....	.60-
الترويج للعلامة باستخدام الذكاء الاصطناعي.-65.....	.65-
خلاصة.....	.110-
نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.....	.111-
خاتمة.....	.114-
قائمة المصادر والمراجع.....	.120-
ملخص الدراسة.....	.121-

## **ملخص الدراسة**

تناولت هذه المذكورة- دور الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات الترويج الإلكتروني- حيث هدفت إلى دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على تطوير وتحسين استراتيجيات الترويج الإلكتروني مع التركيز على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تصميم العلامة التجارية، وقد تم تسلیط الضوء على كيفية توظيف تقنيات مثل التعلم الآلي، تحليل البيانات، لتحديد سلوك المستهلك وتحسين كفاءة الحملات الترويجية. كما تم التطرق إلى أهم الأدوات الذكية المستخدمة في تصميم الشعارات، الهوية البصرية، وإنشاء المحتوى مثل: Chatboot, Jasper, Serrrt.AI وغيرها من التطبيقات

**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي، الترويج، الترويج الإلكتروني

## Résumé

Ce mémoire traite du rôle de l'intelligence artificielle dans l'amélioration des stratégies de promotion électronique. L'objectif est d'étudier l'impact de l'intelligence artificielle sur le développement et l'optimisation des stratégies de promotion numérique, en mettant particulièrement l'accent sur l'utilisation des outils d'intelligence artificielle pour concevoir l'identité de la marque.

Le mémoire met également en lumière l'utilisation de techniques telles que le machine learning et l'analyse des données pour identifier le comportement des consommateurs et améliorer l'efficacité des campagnes promotionnelles.

Enfin, l'étude s'intéresse aux principaux outils intelligents utilisés pour concevoir les logos, l'identité visuelle et créer du contenu, comme les chatbots, Jasper, etc.

**Mots clés :** Intelligence, Intelligence Artificielle, Promotion numérique.

## Summary

This dissertation examines the role of artificial intelligence in enhancing electronic promotion strategies. It aims to study the impact of AI on developing and improving digital promotion strategies, with a focus on using AI tools in designing brand identity.

The research also highlights how to leverage techniques like machine learning and data analysis to identify consumer behavior and improve the effectiveness of promotional campaigns.

Additionally, it discusses key smart tools used in designing logos, visual identity, and content creation, such as chatbots, Jasper, and others.

**Keywords :** Electronic Promotion / Digital Promotion Promotion Électronique / Promotion Numérique