

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

التصميم الجرافيكي للإعلانات الإلكترونية الثابتة

دراسة سيميولوجية لعينة من إعلانات مؤسسة رامي ميلك عبر صفحة الإنستغرام

تحت إشراف الأستاذة:

-أ. لقصير رزيقة

من إعداد الطلبة:

-قوري رندة

- بلونيس هاجر

السنة الجامعية : 2022/2021

دورة جوان : 2022

ملخص الدراسة:

باللغة العربية

تمحورت دراستنا حول موضوع التصميم الجرافيكي للإعلانات الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وهي دراسة تتدرج ضمن دراسات التحليل السيميولوجي ، حيث أختارنا مؤسسة رامي ميلك ومن خلال صفحتها على الانستغرام، حيث حاولنا تحليل مجموعة إعلانات مختلفة محاولين من خلالها معرفة أهم العناصر الجرافيكية المعتمدة فيها ومدى تحقيقها لمبادئ التصميم الجرافيكي وكل الأساليب والتقنيات التي ركزت عليه.

وقد اعتمدنا على منهج التحليل السيميولوجي واداة التحليل السيميولوجي والملاحظة لتحقيق ذلك، وقد تضمنت عينتنا الإعلانات المنشورة في الفترة الممتدة بين تاريخ 2020 إلى 2022 بعد أن أخذنا إعلانات بطريقة قصدية .

وقد توصلنا إلى مجموعة النتائج التالية

أن مؤسسة الاقتصادية رامي ميلك تولى أهمية كبيرة للتصميم الجرافيكي بحيث تعتمد عليه بدرجة كبيرة في تصميم إعلاناتها الإلكترونية المنشورة على صفحتها في الانستغرام ، بحيث تقوم بتوظيف جميع عناصر التصميم الجرافيكي من نقطة، خط ، توازن، صور، لون، مساحة، وحدة، الحجم، الكتلة، الملمس في جميع تصميماتها، بالإضافة إلى توظيف مبادئ التصميم الجرافيكي المختلفة والتي أهميتها عن عناصر التصميم الجرافيكي، مؤسسة رامي ميلك اعتمدت إعلاناتها الإلكترونية خاصة منها قيمة الإمتاع، الجودة والتميز..

الكلمات المفتاحية : الإعلان، الإعلان الإلكتروني، التصميم الجرافيكي، المؤسسة الاقتصادية.

English study summary

Our study focused on the topic of graphic design of electronic advertising in Algerian economic institutions. It is part of the studies of semiological analysis. We selected Ramy Milk Foundation and through its Instagram page. We tried to analyze a variety of advertisements by trying to find out the most important graphic elements adopted therein and how they achieved the principles of graphic design and all the methods and techniques that focused on it. We have relied on the Semiological Analysis Methodology and the Semiological Analysis and Observation Tool to achieve this, and our sample included advertisements published between 2020 and 2022 after we took announcements in a deliberate manner. We have reached the following set of findings: Economic Foundation Rami Milk attaches great importance to graphic design so that it relies heavily on it to design its electronic advertising posted on its Instagram page so that it employs all elements of graphic design from a point, line balance, images, color, space, unit, size, mass, texture in all its designs in addition to employing different graphic design principles that are important from graphic design elements, Rami Milk Foundation has accredited its electronic advertisements especially the value of pleasure, quality and excellence.. Keywords: Advertising, Electronic Advertising, Graphic Design.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
2-1	مقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
	أولاً: موضوع الدراسة
05	1. تحديد الإشكالية
08	2. أسباب اختيار الموضوع
09	3. أهمية الدراسة
10	4. أهداف الدراسة
18-10	5. مصطلحات الدراسة
25-19	6. الدراسات السابقة
	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة
26	1. منهج الدراسة
32	2. نوع الدراسة
34-32	3. عينة الدراسة
37-34	4. أدوات جمع البيانات
38-37	5. مجالات الدراسة
	الفصل الثاني: التصميم الجرافيكي للإعلانات الإلكترونية عبر موقع الأنستغرام
40	أولاً: التصميم الجرافيكي
40	تمهيد
41	1. التطور التاريخي التصميم الجرافيكي
43	2. أهمية التصميم الجرافيكي
44	3. عناصر التصميم الجرافيكي

44	4. أسس التصميم الجرافيكي
47	5. مراحل عملية التصميم الجرافيكي
48	6. العوامل المرثرة في التصميم الجرافيكي
49	7. دور الكمبيوتر في التصميم الجرافيكي
52	8. مهارات المصمم الجرافيكي
54	ثانيا: الإعلان الإلكتروني
54	تمهيد
55	1. التطور التاريخي للإعلان الإلكتروني
57	2. أهمية الإعلان الإلكتروني
59	3. أنواع الإعلان الإلكتروني
62	4. وسائل الإعلان الإلكتروني
65	5. أهم أساليب إستخدام الصور والرسومات في الإعلان الإلكتروني
67	6. متطلبات الإعلان الإلكتروني
68	7. مزايا وعيوب الإعلان الإلكتروني
70	8. الفرق بين الإعلان الإلكتروني والتقليدي
72	ثالثا: الإعلانات الإلكترونية عبر موقع الأنستغرام
72	1. تعريف الإعلانات الإلكترونية عبر الأنستغرام
72	2. أنواع الإعلانات الإلكترونية عبر الأنستغرام
74	3. خطوات الإعلان الإلكتروني عبر الأنستغرام
76	4. أهداف الإعلانات الإلكترونية عبر الأنستغرام
77	5. إيجابيات وسلبيات إستخدام الإعلانات الإلكترونية عبر الأنستغرام.
	الجانب التطبيقي
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي لدراسة
80	1. التعريف بالمؤسسة بمؤسسة رامي ميلك

112-81	2. التحليل السيميولوجي لإعلانات مؤسسة رامي ميلك عبر صفحة الانستغرام
	نتائج الدراسة
	أفاق الدراسة
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	ملخص باللغة العربية
	ملخص باللغة الإنجليزية