

تلخيص مقرر التقنية الرقمية ٢-٢

التصميم الرسومي:

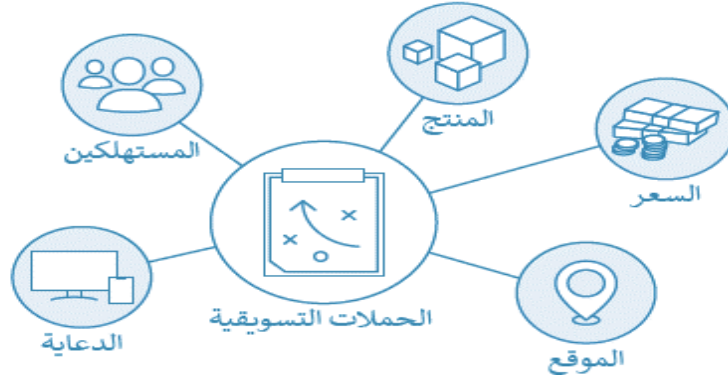
التسويق :

هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة.

يتضمن التسويق جوانب مختلفة من العمل مثل :

- تطوير المنتجات
- والإعلان
- والمبيعات
- وطرق التوزيع

عناصر أساسية يجب على الشركات مراعاتها عند إنشاء الحملات التسويقية مثل :



الإعلان

هو نوع من التواصل أحادي الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات ويطلق عليه "المرسل" والشخص الذي يستقبل المعلومات ويطلق عليه "المستلم" أو "المستهلك"

بهدف إقناع أو تشجيع المستهلكين المحتملين لشراء أو استهلاك منتج أو خدمة •

أشكال الإعلان:

* نصية * مسموعة * مرئية من خلال الصور * مقاطع الفيديو

يُعدُّ الإعلان جزءًا أساسيًا من عملية التسويق ويشغل دورًا مهمًا في الاقتصاد العالمي، وهو وسيلة مهمة من وسائل التواصل مع المستهلكين.

الغرض الأساسي من الإعلان هو زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة .

ما هو الغرض من الإعلان ؟

- زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة من خلال لفت النظر إلى عناصرها الإيجابية .
- إحاطة الجمهور بمعلومات تتعلق بسعرها وتوافرها .
- توعية المستهلكين بمخاطر الاستخدام الخاطئ لبعض المنتجات.

أصبح اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير مثل :

الميزانية



إمكانية الوصول للزبائن وتفضيلاتهم المختلفة



اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة التي ستساعد في تعزيز العلامة التجارية



أنواع وسائل الإعلان التجارية :

الوسائل المطبوعة.



• وسائل الإعلان عبر الإنترنت.



• وسائل الإعلان عبر الأجهزة الذكية



الوسائل المطبوعة :

تتضمن وسائل الإعلان المطبوعة الصحف والمجلات والمنشورات الورقية وكذلك الكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة وغيرها من المطبوعات.

الإعلان عبر الانترنت :

يُعد الإعلان عبر الإنترنت أحد أشكال نشر العروض الترويجية بغرض إيصال الرسائل التسويقية لجذب المستهلكين. عند استخدام الأشخاص وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية يتلقون الإعلانات من خلال:

- نتائج محركات البحث.
- المساحات الإعلانية في المواقع .
- رسائل البريد الإلكتروني .
- وإعلانات الشبكات الاجتماعية .

الإعلان عبر الأجهزة الذكية :

تمكن وسائل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والرسائل الترويجية من الوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.

مواصفات الإعلان الفعال

تضمين المعلومات المناسبة البيانية	التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك	إظهار مصداقية المنتج	طلب إجراء من المتلقي	اختيار العنوان الجيد
-----------------------------------	--------------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------

اختيار العنوان الجيد:

العنوان الجيد يجب أن يركز على :

*مميزات المنتج أو الخدمة . *المسائل التي تهم الجمهور . *يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات .
تعد كلمات العنوان من أهم مكونات أي إعلان ، ولذلك فإذا فشل العنوان في جذب انتباه الجمهور فقد الإعلان قيمته .

إظهار مصداقية المنتج:

إثبات المصداقية بالاستعانة بطرف ثالث، مثل استخدام **الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة** ويمكن أيضا الاستعانة **بتقييمات وآراء أفراد أو جمهور** يبدون رضاهم عن المنتج أو الخدمة .

التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك

عندما يتعلق الأمر بشراء منتج جديد، فإن جميع المستهلكين المحتملين يركزون بوعي أو دون وعي على سؤال معين وهو: "كيف لهذا المنتج أو الخدمة أن تكون مفيدة في حياتي اليومية؟"
إذا أجب الإعلان عن هذا فإنه يمكن بسهولة جذب اهتمام العميل، فالمستهلك يشتري المنافع . لذلك يجب أن يركز كل إعلان على السبب الذي من أجله سيكون المنتج (أو الخدمة) مفيدا للجمهور المستهدف .

تضمين المعلومات المناسبة البيانية

عند الترويج للإعلاني لمنتج أو خدمة، من المهم تضمين معلومات عن كيفية تمكين العميل المحتمل **من الوصول للمنتج وشرائه، أو تضمين طرق للاتصال بالشركة .**

التصميم الرسومي

هو استخدام مجموعة عناصر كالصور والرسومات والرموز النصوص، ودمجها لتوصيل المعلومات أو الأفكار بطريقة بصرية مؤثرة، وقد يكون التصميم رقميًا أو غير رقمي.

أنواع التصميم الرسومي

- تصميم الهوية البصرية .
- تصميم التسويق والإعلانات.
- تصميم المنشورات.
- تصميم أدوات التغليف للمنتجات.
- تصميم الحركة.
- تصميم الويب.

تصميم الهوية البصرية

نوع يُستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها من خلال الصور والأشكال والألوان التي تبرز نشاط وهوية الشركة.

تصميم التسويق والإعلانات

هو نوع من التصميم يُستخدم للترويج لمنتج أو لخدمة معينة **مثال** : رسومات وسائل التواصل الاجتماعي، وإعلانات المجلات، واللوحات الإعلانية،

تصميم المنشورات

عملية التصميم من أجل الطباعة

تصميم أدوات التغليف للمنتجات

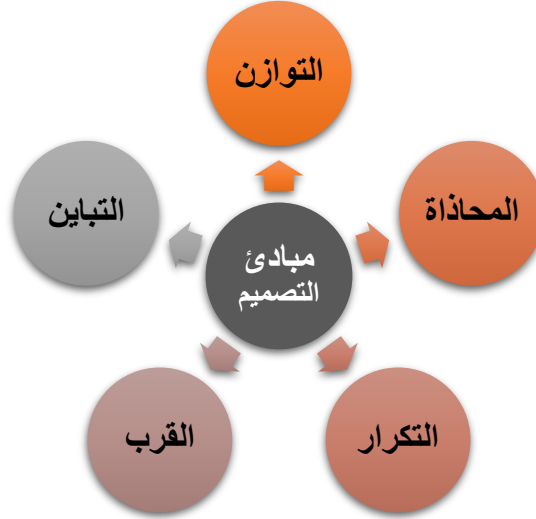
الملصقات و تصميم و العبوات والمغلفات للمنتج .

تصميم الحركة

هو فرع من فروع التصميم الرسومي ويتكون من رسوم تُطبّق عليها بعض تأثيرات الحركة مثل تصميمات ألعاب الفيديو، والرسوم المتحركة، ومتطلبات المواقع الإلكترونية وغيرها.

يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم مثل التخطيط والصور والطباعة بهدف إنشاء صفحة إلكترونية سهلة الاستخدام وممتعة في التقديم.

مبادئ التصميم الرسومي



التوازن



تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية تبرز أهمية التوازن بأنه يوفر بنية وثباتاً للتصميم.

المحاذاة

مبادئ التصميم الجرافيكي	مبادئ التصميم الجرافيكي
Consistency (الاتساق)	Consistency (الاتساق)
Unity (الوحدة)	Unity (الوحدة)
Proximity (القرب)	Proximity (القرب)
Balance (التوازن)	Balance (التوازن)
Streamline (الخطوط المستقيمة)	Streamline (الخطوط المستقيمة)
Repetition (التكرار)	Repetition (التكرار)
Contrast (التباين)	Contrast (التباين)
Simplicity (البساطة)	Simplicity (البساطة)
Proportionality (التناسب)	Proportionality (التناسب)

يتم محاذاة جميع عناصر التصميم الرسومي إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف أو الجانبين، وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين تلك العناصر.

القرب



يُوجد القرب علاقة بصرية بين عناصر التصميم المختلفة من خلال تقليل المشتتات، وزيادة فهم المشاهد للمغزى، وتوفير نقطة محورية للمشاهدين.

التكرار



هي عملية تكرار عنصر أو عدة عناصر في التصميم، ترتبط معاً لتعطي التصميم الاتساق المطلوب.

التباين



يؤكد التباين على جوانب معينة من التصميم لإبراز الاختلافات بين عناصر التصميم.



الخط



يمكن أن يكون منحنياً أو مستقيماً أو سميكاً أو رقيقاً أو ثنائياً أو ثلاثي الأبعاد.

الشكل



هو منطقة محددة ثنائية الأبعاد يتم إنشاؤها بواسطة الخطوط، ويمكن أن يكون هندسياً، أو مجرداً.

اللون



عنصر مهم خصوصاً في جذب الانتباه .. وله ثلاث خصائص أساسية وهي:

١- الصبغة hue مجموعة الألوان ٢- القيمة value ٣- شدة الإضاءة والتشبع

الحجم



يشير إلى حجم العناصر في التصميم، حيث أن استخدام أحجام متباينة لتوفير عنصر الجذب البصري إلى التصميم

الطباعة

هي فن ترتيب الخطوط المختلفة التي تُدمج بأحجام وألوان وتباعدات

من شأنها التأثير بشكل كبير على الرسالة التي يريد المصمم إيصالها.

ن ا ك ي ع

الفراغ

مناطق التصميم التي تُركت خالية لضمان عدم تداخل العناصر أو التشويش على رسالة المحتوى وتتضمن المسافات والفراغات بين عناصر التصميم الأخرى.

البنية



تشير إلى نوعية السطح الملموسة والتي من الممكن أن تكون خشنة، أو ناعمة،

أو لامعة، أو معتدلة، أو صلبة، أو غير ذلك.

هل العبارة الموجودة أمامك صحيحة أم خاطئة



١- الفراغ هو مناطق التصميم التي تُركت خالية لضمان عدم تداخل العناصر



٢- من أنواع المحاذاة محاذاة العناصر إلى الأعلى أو الأسفل فقط



٣- فن ترتيب الخطوط المختلفة التي تُدمج بأحجام وألوان وتباينات هي الخطوط

اشكال التصميم الرسومي:

تصميم تجربة المستخدم

تصميم واجهة المستخدم

تصميم واجهة المستخدم UI

يرتكز على العناصر التفاعلية الخاصة بالتصميم وعلى الألوان المتعددة، والتي يتفاعل معها المستخدم مما يؤثر بطريقة إيجابية على نمو المبيعات، مثل:



تصميم تجربة المستخدم UX

يرتكز على عرض تجربة المستخدمين للمنتجات المعروضة بالمتجر الإلكتروني من خلال كتابة التعليقات، مثل:



ادوات التصميم الرسومي:

برامج التصميم الرسومي المدفوعة

برامج التصميم الرسومي المجانية



برنامج مفتوح المصدر يعدّ أكثر من مجرد محرر للصور، حيث يقدم الكثير من ميزات فوتوشوب الرائعة مجاناً، كما يوفر ميزات أخرى متعددة ذات جودة عالية لإنشاء أعمال فنية من البداية .



برنامج مفتوح المصدر يعتمد على الرسومات المتجهة، ويساعد المصممين في إنشاء تصميمات رسومية مرنة بحيث لا تفقد جودتها عند تغيير حجمها.

قارني بين الرسوم المتجهة والرسوم النقطية؟

الرسومات المتجهة	الرسومات النقطية
1 - تحافظ على جودتها مع التكبير والتصغير	تُعد أفضل طريقة لإنشاء صورة غنية ومفصلة
2 - تُعد أكثر مرونة ويمكن تغيير حجمها بدون فقدان جودتها.	لا يمكن تغيير الحجم بشكل يحافظ على جودتها.
3 - تُعبأ عادة بلون واحد أو بتدرج لوني.	تُعد أفضل من ناحية تحرير وإنشاء الصور بتأثيراتها المختلفة ومزج الألوان بسلاسة.
4 - حجم الملفات للرسومات ذات الأبعاد الكبيرة صغير.	حجم الملفات التي تحتوي على رسومات نقطية كبير نسبياً.
5 - يمكن تحويلها بسهولة إلى رسومات نقطية.	وفقاً لتعقيد الصورة فإن عملية التحويل إلى رسومات متجهة تستغرق وقتاً.
6 - أنواع امتداد الرسوم المتجهة ai,cdr,pdf,eps,svg	الصور النقطية هي أكثر تنسيقات الصور شيوعاً ومن امتداداتها الشائعة jpg,gif,png,tif,bmp,sd

الشعار

علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف والترويج لهوية الشركة وتمييزها، وقد يكون التصميم مُجردًا، أو قد يتضمن اسم الشركة أو علامتها المميزة.



الشعار النصي



شعار يحتوي على النص فقط، ويعد الأفضل للشركات ذات الأسماء الفريدة والمثيرة للاهتمام.

الشعار الحرفي



شعار يعتمد على فن صياغة الحروف، ويتشكّل من الحروف الأولى من اسم العلامة التجارية، ولذلك يعدّ مناسبًا للمؤسسات التي لديها أسماء طويلة أو أسماء صعبة النطق.

الشعار التصويري



يتكوّن من صورة متّجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية، ويعدّ جيدًا للشركات التي تستهدف العائلات أو الأطفال.

الشعار المدمج



شعار يجمع بين النص والصور، ومن السهل تذكره ولكنه بشكل عام أكثر تعقيدًا ويتطلب مصممًا محترفًا لإنشائه، كما يعد مناسبًا للأعمال التجارية الجديدة.

هل العبارة الموجودة أمامك صحيحة أم خاطئة



١ - الشعار المدمج شعار يجمع بين النص والصور



٢ - الرسومات النقطية تحافظ على جودتها مع التكبير أو التصغير



٣ - تشير بنية التصميم إلى نوعية السطح الملموسة

<<مع تمنياتي للجميع بالتوفيق والنجاح>>

معلمة المادة/أ.إبتهاه علي