

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة بوليتكنك فلسطين



كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

دائرة نظم المعلومات والوسائط المتعددة

علامة تجارية لشركة ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية

فريق العمل

طه نور الدين سيوري

عبد الغفار مازن عابدين

عمر محمد بحر

محمد خباب محمود القواسمة

المشرف

أ.محمد نادر الفلاح

قدم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات التخرج في تخصص الوسائط المتعددة/الجرافيكس

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات، جامعة بوليتكنك فلسطين

2018/2019

فهرس المحتويات

5	الفصل الاول
6	1.1 مقدمة عن شركة ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية
6	رسالة الشركة
6	الرؤية
6	الملخص التنفيذي
6	1.2 موضوع المشروع
6	1.3 أهداف المشروع
7	1.4 الابداع في المشروع
7	1.4 الفئة المستهدفة
7	1.5 فريق التطوير
8	1.6 المهام موزعة على جدول زمني :
10	الفصل الثاني
10	2.1 تفصيل المشروع
10	2.1.1 متطلبات المشروع التطويرية
11	2.1.2 المتطلبات البرمجية التطويرية
11	المجموع
11	2.1.3 متطلبات بشرية
12	2.2 التقنيات المستخدمة
12	2.3 المخاطر والمحددات والتحديات:
12	2.4 الية التسليم
12	2.4 الية التسويق
13	2.5 تحليل القطاع
13	2.5.1 حجم القطاع
14	2.5.2 تحليل البيئة الداخلية والخارجية
15	2.6 الخطة التسويقية
15	وصف السلعة / الخدمة / المنتج:
15	الفئة المستهدفة (الزبائن المحتملين)
19	2.7 دراسة وتحليل السوق
20	الفصل الثالث :
20	3.1 التصميم
20	3.1.1 الاسم

20	3.1.2 الشعار
23	3.1.3 معنى الشعار:
24	3.1.4 الالوان:
24	3.2 أنواع التصاميم المطبوعة
24	3.2.1 الإعلانات
25	3.2.2 المطوية (Brochure)
26	3.2.3 يافطة (Billboard)
26	3.2.4 التغليف (packaging)
28	3.2.5 كرت (Business Card)
29	3.2.6 Flayer
29	3.2.7 Roll-up
30	3.2.8 التقييم
30	3.2.9 الترويسة
31	3.2.10 دفتر الضريبة
31	3.2.11 بطاقة تعريفية
32	3.3 تحليل مفصل للأدوات والبرامج التي سوف تستخدم
32	3.3.1 الأدوات التي سوف تستخدم
32	3.3.1 البرامج التي سوف تستخدم في التصميم الثابت ودورها في تنفيذ المشروع
39	الفصل الرابع :
39	4.1 الترويج
44	4.2 الأهداف التسويقية للخطة الترويجية
44	4.2.1 الهدف التسويقي:
44	4.2.2 الهدف الترويجي:
44	4.3 وسائل وأدوات الترويج
44	4.4 الميزانية
45	4.5 تطبيق التصاميم المطبوعة
45	4.5.1 التصاميم المطبوعة النهائية
66	4.6 تطبيق المغلفات packaging
66	4.6.1 صور المنتجات التي تم تصميمها
79	4.6.2 قالب طباعة للمغلفات
84	2.7 الحملة الاعلانية في مواقع التواصل الاجتماعي
86	2.8 تصميم موقع الالكتروني
86	2.8.1 خطوات حجز الموقع الالكتروني
89	4.8.2 تطبيق صفحة الموقع الإلكتروني
90	4.9 إرشادات الاستخدام
91	4.10 الإختبار والتقييم
91	4.10.1 الإختبار قبل تطوير المشروع

91	4.10.2 الاختبار أثناء تطوير المشروع.
91	4.10.3 فحص المشروع
91	4.11 النتائج والتوصيات
91	4.11.1 تحقيق الأهداف
92	4.11.2 النتائج
92	4.11.3 التوصيات المستقبلية

فهرس الجداول

8.....	جدول 1 المرحلة الاولى في تنفيذ المشروع
9.....	جدول 2 جدول المرحلة الاولى في تنفيذ المشروع
10.....	جدول 3 المتطلبات المادية التطويرية للمشروع
11.....	جدول 4 المتطلبات البرمجية التطويرية
12.....	جدول 5 المتطلبات البشرية
13.....	جدول 6 حجم القطاع
15.....	جدول 7 تحليل البيئة الداخلية والخارجية
17.....	جدول 8 الاسواق المستهدفة
18.....	جدول 9 المنافسون

الفصل الاول

1.1 مقدمة عن شركة ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية

رسالة الشركة

تعمل ريتاج على تقديم منتجات تجميلية وعلاجية تتمثل في الصابون والزيوت الطبيعية والتي تحتوي على مكونات طبيعية بالكامل لأهداف تجميل وعلاج مشاكل الجلد والبشرة وهي منتجات صديقة للبيئة من حيث التصنيع والإنتاج.

الرؤية

وصول منتجات ريتاج الى الأسواق العالمية والمحلية كمنتج تجميلي وعلاجي لمشاكل الجلد والبشرة كمنتج صديق للبيئة تصنيعا واستخداما.

الملخص التنفيذي

ريتاج هي شركة في مدينة الخليل في فلسطين وتهدف الى تقديم منتجات تجميلية وعلاجية كالصابون والزيوت الطبيعية والتي تحتوي على مكونات طبيعية بالكامل لأهداف تجميلية وعلاج مشاكل الجلد والبشرة لزيابنتها وهم مراكز التجميل ومراكز العلاج الطبيعي ومحلات بيع الكوزماتكس.

1.2 موضوع المشروع

يدور هذا المشروع حول تصميم حملة إعلانية لشركة ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية حيث تنتج الشركة الصابون والزيوت المصنعة من أعشاب وزيوت طبيعية والتي تعمل على حل مشاكل الجلد والشعر وهي منتجات طبيعية بالكامل وصديقة للبيئة من بداية الإنتاج حتى وصوله للمستهلك سيقوم فريق العمل بتصميم هذه الحملة بأشكالها المتنوعة الثابتة والمتحركة ابتداءً من الشعار ومن ثم بطاقة الأعمال والملصقات والكراسة والترويسة والتفوييم والأكياس والملف ودفاتر الضريبة بالإضافة الى المغلفات، والتصاميم المتحركة التي تشمل إعلان رسوم متحركة ثنائية الأبعاد وإعلان دعائي ترويجي عن الشركة وموقع إلكتروني يشمل جميع منتجات الشركة وتصاميم مرئية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك.

1.3 أهداف المشروع

بعد الانتهاء من المشروع يُتوقع من فريق العمل أن يحقق الأهداف المرجوة وهي:

1. اكتساب الجانب التنفيذي لثمرة دراسة تخصص الوسائط المتعددة/جرافيكس والتسويق
2. مواكبة السوق الإعلاني والترويجي للشركة ودعم ذلك.
3. تحسين صورة الشركة.
4. المساهمة في بناء العلامة التجارية

5. الرقي بالمستوى الترويجي للمنتج الوطني عن طريق الابداع في التسويق للمنتج .
6. التركيز على الفئة المستهدفة في هذا المشروع ومعرفة الأذواق وربط ذلك بالتصميم.

1.4 الابداع في المشروع

إن الغريزة البشرية دائماً تبحث عن الإبداع في جميع مجالات الحياة، فإن الإبداع يتكون من خلال جمع المعلومات عن موضوع معين ومن ثم توظيفها وتمثيلها حتى تخرج الفكرة المبدعة بشكل مفاجئ نتيجة لتراكم هذه المعلومات ومن ثم يتم تنفيذها. فمن هذا المنطلق ومن خلال اكتسابنا للخبرات خلال هذه السنين الأربع من عمر هذا التخصص نهدف ونتطلع في مشروعنا إلى تحقيق أفضل النتائج العملية وأفضل المستويات للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الإبداع والتميز في الأفكار والتصميم والمهارات .

وذلك من خلال

1. الابداع في إيصال الفكرة المرجوة من الحملة الإعلانية ككل بشكل ترويجي وتصميمي بحيث يعود بالدرجة الأولى إلى استخدام المهارة الفنية في التصميم والقدرة على نقل الرسالة المرجوة من الإعلان.
2. الابداع في استخدام التقنيات والأدوات الموجودة في البرامج المتعلقة في مجال التصميم لبناء حملة إعلانية كاملة وترسيخ هذه البرامج لعمل أكثر من نوع في الإعلان المرئي والمطبوع.
3. الابداع في الفكرة والرسالة الترويجية في جميع عناصر الإعلان وكافة أجزائه الثابت والمتحرك.
4. الابداع في توصيل الفكرة لجميع المتلقين لهذه الإعلانات على اختلاف ثقافتهم وأعمارهم.
5. التعدد والشمول في الجوانب والأفكار التصميمية الجديدة.

1.4 الفئة المستهدفة

- مراكز التجميل ، مراكز العلاج الطبيعي ، محلات بيع المواد.

-الاشخاص الذين يعانون من مشاكل في الشعر والجلد وخاصة النساء اللواتي تهتم بعالم الجمال والبشرة.

1.5 فريق التطوير

سيتم تنفيذ هذا المشروع ضمن فريق عمل متكامل ومتكاتف لإنتاج هذا المشروع بأفضل النتائج حيث سيتم توزيع الأدوار والمهام على فريق المشروع كلٌ حسب تخصصه ، تنوع التخصص يساعد اعضاء الفريق على توزيع الادوار والمهام تقسيم الأدوار والمهام بأسرع وقت ممكن وبدقة وجودة عالية.

سيقوم أعضاء الفريق في جميع المراحل على الحفاظ على مفاهيم العمل ضمن الفريق والعمل الجماعي سواء بالعمل أو بالأفكار والأراء ضمن فريق متكامل، كما سيعمل أعضاء الفريق على استغلال الوقت لإتمام المهام المطلوب تنفيذها في هذا المشروع، ضمن الجدول الزمني المقترح.

1.6 المهام موزعة على جدول زمني :

فيما يلي عرض للمخطط الزمني والمخطط التنفيذي الموضح عن طريق (Gant Chart) والذي يعرض ويوضح الآلية والنمطية المستخدمة في التخطيط وإدارة الوقت لإتمام المشروع بالموعد المحدد ، وكما يعرض طريقة تنظيم الأوقات وإعطاء كل مهمة جزء من الوقت بحيث يتناسب التوقيت مع سير المهام الأخرى والمعتمدة في بعض الأحيان على بعضها .حيث أن الترتيب في هذا الجدول يتركز على ترتيب الأعمال المراد انجازها والأعمال المنجزة بالفعل معتمداً على وحدات زمنية (سنوات – شهور- أسابيع - ايام) .

14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	الأسبوع العمل
														ايجاد الفكرة
														التنسيق مع الشركة و الموافقة
														دراسة الفكرة و تحليلها
														تحديد التكلفة المالية
														تحليل المنتجات و متطلبات الشركة
														تحديد التصاميم الثابتة المطلوبة
														تصميم شعار جديد للشركة
														المقارنة بين التصميم القديم و الجديد و التعديل
														التوثيق

جدول 1 المرحلة الاولى في تنفيذ المشروع

14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	الأسبوع العمل
														تصوير المنتجات
														تصميم الاعلانات الثابتة
														تصميم الاعلانات المتحركة و المونتاج
														مرحلة الفحص و الاختبار
														التسليم
														التوثيق

جدول 2 جدول المرحلة الاولى في تنفيذ المشروع

الفصل الثاني

2.1 تفصيل المشروع

في هذا الجزء سيتم تحديد المتطلبات اللازمة لانجاز المشروع في القدرة التي تم تحديدها في جدول رقم (1) و جدول رقم (2) ولتنفيذ هذا المشروع تم تقسيم المتطلبات الى :

1. متطلبات تطويرية وتشمل المتطلبات المادية من اجهزة ومعدات ومتطلبات بشرية ومتطلبات برمجية من برامج
2. متطلبات تشغيلية وتتضمن التكاليف

2.1.1 متطلبات المشروع التطويرية

البيان	التفاصيل	العدد	السعر(\$)	المجموع (\$)
اجهزة حاسوب لا نقل مواصفاته عن:	مواصفات لا تقل عن corei7 16GB Ram SSD 240GB 2 GB GPU	2	830	1660
خط انترنت واتصالات لمدة ستة اشهر	16Mdps	1	20	120
أقراص DVD	4.7GB	20	0.5	10
Memory Flash	16 GB	3	10	30
متفرقات	أوراق، أقلام...	-	-	50
كاميرات ، عدسات اضاءات	Canon 700d , 135-18mm lens, 50mm lens	1	3000	3000
المجموع				4870(\$)

جدول 3 المتطلبات المادية التطويرية للمشروع

2.1.2 المتطلبات البرمجية التطويرية

العدد	المصدر	عدد الشهور	التكلفة	المجموع(\$)
1	Adobe Photoshop cc 2019	4	20	80
2	Adobe illustrator cc 2019	4	20	80
3	Adobe InDesign cc 2019	4	20	80
	المجموع			240\$

جدول 4 المتطلبات البرمجية التطويرية

متطلبات وتشمل

- اجهزة حواسيب للعمل على التصميم والاعلان
- كاميرات للتصوير صور رقمية او فيديو
- ادوات ومعدات اخرى كما هو مبين في الجدول
- برامج : الفوتوشوب والالستريتور والبريمير والثريدي ماكس

2.1.3 متطلبات بشرية

تشمل جميع العاملين على تنفيذ هذا المشروع وهي كما هو موضح في الجدول التالي

التخصص	عدد الاشخاص	السعر \$	المجموع \$
مصور	1	200	200
مصمم جرافيكس	2	200	400
مهندس اضاءة	1	150	150
رسام	1	350	350

2.2 التقنيات المستخدمة

بعد تحديد الفكرة العامة للعمل في المشروع تم الاتفاق على تنفيذ المشروع باستخدام كافة الوسائل الدعائية المقروءة والمرئية واعتماد الإصدارات الحديث لبرامج Adobe من أجل الوصول الى النتائج المرجوة.

2.3 المخاطر والمحددات والتحديات:

- انقطاع التيار الكهربائي اثناء العمل.
- ارتفاع اسعار الاجهزة و المعدات التي نحتاجها في المشروع ، كأجهزة الحاسوب و الكاميرا.
- مشكلة وجود الفيروسات على بعض الاجهزة.

2.4 الية التسليم

سيتم تسليم المشروع من خلال:

- CD سيتم وضع الاعلانات الثابتة و المتحركة على قرص مضغوط.
- مطبوعات: حيث سيتم طباعة تصاميم المشروع على خانة معينة تتناسب مع ماهية التصميم المطبوعة عليها.
- صفحة الانترنت :سيتم تصميم موقع الكتروني يحتوي على الاعمال التي تم انجازها ليتمكن الراغبين من مشاهدتها والرجوع اليها في أي وقت.

2.4 الية التسويق

سيتم اعتماد طرق مختلفة لتسويق وترويج هذه الحملة الاعلانية مثل

- Posters
- Roll-up
- مواقع التواصل الاجتماعي
- بطاقات دعوة.
- غلاف للمنتجات

2.5 تحليل القطاع

2.5.1 حجم القطاع

تشمل الصناعات الكيماوية العديد من الصناعات التقليدية والحديثة أهمها مواد التنظيف ، الادوية ، الصابون ، مستحضرات التجميل و العطور يعمل في صناعات الكيماوية 144 منشأة توظف حوالي 1588 عامل وتنتج هذه المنشآت ما في نحو 83 مليون دولار سنويا تصل مساهمة المواد الخام المستخدمة في الإنتاج حوالي 60% من تكاليف الإنتاج وأكثر من نصف هذه المواد 53.5% محلية الصنع مما يشير الى حجم التشابك مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى كما هو موضح في الجدول الاتي

توزيع تكاليف الإنتاج (%)		مؤشرات رئيسية	
20.0	العمل	144	عدد المؤسسات
6.2	رأس المال	1588	عدد العاملين
60.1	الخامات والمواد الأولية	1413	عدد العاملين بأجر
1.8	الوقود والمحروقات	10.8	تعويضات العاملين (مليون دولار)
2.2	الكهرباء	82.6	الإنتاج (مليون دولار)
0.2	الماء	4.2	اجمالي القيمة المضافة (مليون دولار)
4.6	الضرائب والرسوم	50.9	نسبة القيمة المضافة من الإنتاج (%)
4.9	أخرى	4.25	إنتاجية العامل (الف دولار)
21.3%		الحصة السوقية للمنتج في الأسواق المحلية	

جدول 6 حجم القطاع

تصل مساهمة رأس المال في صناعة الصابون الى 1.2% والواردات من الصابون 18.2% ومن العطور ومستحضرات التجميل 15.8% . تتوزع مبيعات الصناعات الكيماوية بين

الوسقين المحلي والخارجي بواقع 60%، 40% بحيث تمثل السوق الجارحي بأسواق أوروبا الشرقية وأفريقيا وهي أسواق واعدة للصناعات الفلسطينية المحتملة في مجال العلاج بالمستحضرات الطبيعية وأكثر ما يدعم هذه المنتجات هو قطاع السياحة وكما نرى أكبر السياح من أوروبا الشرقية وهذا يدعم وجود المنتجات المحلية

2.5.2 تحليل البيئة الداخلية والخارجية SWOT Analysis

يستخدم تحليل (SWOT) كأداة تحليل استراتيجي عامة في عدة مجالات والإنتاج والجانب المالي وغيرها.

وبعد تحليل بيئة جمعية الارض الداخلية والخارجية تبين لنا عدة نقاط قوة وضعف وفرص وتهديدات كما في الجدول ادناه:

نقاط القوة (عوامل داخلية)	نقاط الضعف (عوامل داخلية)
1) انتاج منتجات مميزة صديقة للبيئة	1) عدم وجود قوالب للتصنيع بالصفات المطلوبة
2) تمتع العلامة التجارية بسمعة قوية في المؤسسات وحصولها على حضانة للشركة من قبل حاضنة الاعمال في جامعة البوليتكنك فلسطين	2) نقص في بعض المواد الخاص وعدم تواجدها في فلسطين
3) وجود مختصين في المجال الكيميائي والتسويق	3) ضعف في ميزانية الشركة

التحديات (عوامل خارجية)

- 1 وجود منافسة في الاسواق ووجود المنتجات المستورد
- 2 صعوبة في تصدير منتجات الشركة

الفرص (عوامل خارجية)

- 1 التشبيك مع مؤسسات خارجيه ومراكز لبيع المنتجات من اجل توزيع اكثر للمنتجات
- 2 فرص انتاج منتجات جديدة

جدول 7 تحليل البيئة الداخلية والخارجية

2.6 الخطة التسويقية

وصف السلعة / الخدمة / المنتج:

انتاج صابون وزيت من أعشاب ومواد طبيعية ذات جودة عالية لم يتم انتاجها سابقا بهدف علاج امراض الجلد والشعر حيث يتم تصنيعها بطريقة تضمن فيها عدم خروج أي نفايات تضر بالبيئة ومن ثم تغليف المنتجات بغلاف كرتوني صيق للبيئة

الفئة المستهدفة (الزبائن المحتملين)

- المراكز اهمها: مراكز التجميل ، مراكز العلاج الطبيعي ، محلات بيع المواد التجميلية ويتواجدون في المدن الفلسطينين
- الشباب الذين يعانون من مشاكل في الشعر والجلد
- النساء التي تهتم بعالم الجمال

الأسواق المستهدفة

المكان	اسم مركز التجميل
بيت حنينا-القدس	صالون نفرتيتي للسيدات
المنارة-رام الله والبييرة	أكاديمية كليوبترا للتجميل
مفرق جامعة الخليل-الخليل	صالون لازوردي
الحاووز الأول-الخليل	صالون رزان
شارع عمر المختار- نابلس	صالون مياده
بيت ساحور- بيت لحم	Top hair salon

المكان	اسم مركز العلاج الطبيعي
وادي التفاح – الخليل	Slim way
رام الله والبييرة	المركز الروسي للمساج والعلاج الطبيعي
الدوحة-بيت لحم	مركز الدوحة للعلاج الطبيعي والتأهيل
شارع سفيان-نابلس	مركز الإغماء للعلاج الطبيعي والتأهيل
دوار المنارة- الخليل	مركز الحياة للعلاج الطبيعي والحجامة

المكان	اسم محلات cosmetics
الشرقة-رام الله والبييرة	To- me company
عين ساره- الخليل	رجائي سنتر

دوار المنارة-الخليل

شركة soc للتجميل to-me

شارع سفيان-نابلس

النسيم للوازم الصالونات ومراكز العناية
بالبشرة

جدول 8 الاسواق المستهدفة

المنافسون

المكان	الشركة المنافسة
المنطقة الصناعية -رام الله	شركة الصناعات العربية المساهمة الخصوصية المحدودة
نابلس-فلسطين	الأرض المقدسة للتصنيع
المنطقة الصناعية-نابلس	شركة نابلس لصناعة الصابون والمنظفات
المدينة الصناعية الزراعية	بيت الصبا الفلسطيني
تحليل تنافسي بين شركة ريتاج وشركة الصبا الفلسطيني وشركة نابلس (منتجات هذه الشركات تتمثل في الصابون الطبيعي ولهذا تم اختيار هذه الشركات) منافسه مباشرة	
Ritaj	شركة نابلس بيت الصبا الفلسطيني

الموقع	لا يمكن الوصول اليه بكل سهوله من جميع المستخدمين(المنطقة الصناعية)	لا يمكن الوصول اليه بكل سهوله من جميع المستخدمين(المنطقة الصناعية)	يمكن الوصول اليه بكل سهوله من جميع المستخدمين(شارع جامعة الخليل)
الخبرة	توجد الخبرة بشكل جيد تتمثل بمهندسين كيميائيين	توجد الخبرة بشكل جيد تتمثل بمهندسين كيميائيين	توجد الخبرة بشكل ممتاز لوجود مهندس بيئي متخصص ومستشارين لعلاج البشرة
الشكل الجمالي (التغليف)	غلاف كرتوني تقليدي	غلاف كرتوني تقليدي	غلاف يعكس طبيعة البيئة (كيس خيش) جذاب للمستخدم بالأخص للسياح
وجود مكونات طبيعية	يوجد ولكن لا يتم استخدامها بشكلها الطبيعي الخام	يوجد ولكن لا يتم استخدامها بشكلها الطبيعي الخام	يوجد ويتم استخدامها بشكلها الطبيعي لتظهر للمستخدم في الصابونة
عمل منتجات إضافية	لا يوجد، فقط متخصصة في صنع الصابون الطبيعي	لا يوجد ، متخصصة في صنع الصابون الطبيعي	يوجد ،متخصصة في صنع الصابون والزيوت الطبيعية

جدول 9 المنافسون

(1) الميزة التنافسية

- وجود اصنف صابون وزيوت طبيعية لم يتم انتاجها سابقا
- منتج صديق للبيئة من حيث الانتاج والتغليف
- منتجات تعتني بالشعر والبشرة

(2) سياسة البيع

يتم البيع بسعر موحد في جميع نقاط التوزيع بغرض كسب ثقة الزبون بالإضافة الى تقديم هدايا عند شراء المنتجات حتى نستقطب زبائن جدد ومن اجل الحفاظ على الزبائن القدامى

3 وسائل الحملة الاعلانية

- بروشورات ومطبوعات توزع في المعارض والمهرجانات
- اعلانات ممولة على مواقع الاتصال الاجتماعي
- تقديم هدايا في المناسبات الاجتماعية وغيرها

2.7 دراسة وتحليل السوق

بعد القيام بدراسة وتحليل السوق من خلال توزيع استبانة على عينة (200 شخص) 70%
اناث و30% ذكور تبين ان

- 76% من حجم العينة مهتمون بمنتجات العناية بالبشرة وهذا يدل على فرصة واسعة للمنتج في السوق
- نسبة الذين سمعوا عن الشركة من خلال صفحات التواصل الاجتماعي او من الإعلانات هي 38% وهذه النسبة قليلة وتدل على وجود مشكلة
- ومن خلال الدراسة تبين ان 85% من الأشخاص يهتمون بشكل المنتج عند اتخاذ عملية الشراء
- 70% يهتمون بشعار الشركة (الوجو) واسم الشركة عند عملية الشراء
- 82% يهتمون بشكل الغلاف الخارجي للمنتج وهذه الدراسة بتبين درجة أهمية شكل المنتج والغلاف الذي له دور كبير في عملية شراء المنتج

الفصل الثالث :

3.1 التصميم

3.1.1 الاسم

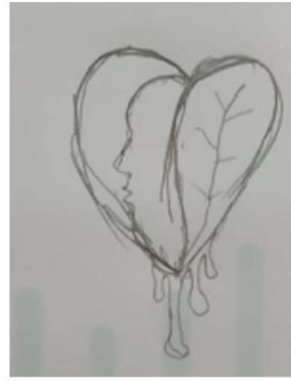
الاسم هو الذي يحدد هوية المشروع، فهو يعرف الآخرين بالمشروع والاسم الناجح يجب أن يوضح ما تقدمه المنشأة وفي هذا المشروع فان الاسم يتمثل باسم الشركة نفسها شركة ريتاج وفي هذه المرحلة الصعبة كان سهلاً تحديد الاسم، وبناءً على ذلك سوف نكمل الخطوات الأخرى من المشروع والتي تأتي بعد اختيار الاسم.

3.1.2 الشعار

إن الشعار ليس فقط مجرد رسم معين أو كلام مزخرف لا يرتبط بمعنى حتى لو كان الشعار مجرد مربع فقط، فإن الشعار هو عبارة عن رمز ذات معنى ودلالات فلسفية معينة سواء كان لشركة معينة أو حتى لمنتج معين. ونرى في معظم الشعارات بأنه يكون بسيط جداً حتى قد يكون مجرد حرف في بعض الأحيان إلا أن سر جمال الشعار يكمن في بساطته وفي هذا المشروع تم اقتراح أكثر من شعار، ثم تم الاتفاق على شعار من التصميم التالية والتي تم تصميمها بشكل يدوي، وقد جرت تعديلات على هذا الشعار حتى وصل الى الصورة النهائية. وعليه سيجري تصميم الشعار بناءً على عدة أمور يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار، فيجب علينا تصميم شعار يعبر عن الموضوع، وهي شركة ريتاج، وأن يكون هذا الشعار مميزاً وغير تقليدي وأن يكون بشكل يتيح لنا استخدامه وطباعته على أحجام مختلفة وبخلفيات مختلفة سواء طُبع ملوناً أو أبيض وأسود. فمن هنا يجب علينا تصميم هذا الشعار بناءً على معلومات سيعبر عنها هذا الشعار. فيجب

أولاً رسم يدوي سريع على الورق لكي يتم توثيق الأفكار ومن ثم يتم الانتقال إلى المرحلة التي يليها وهي الرسم على الحاسوب كما سنعرض لاحقاً.

الأشكال التالية توضح التصاميم الأولية التي تم العمل عليها حتى الوصول الى الشعار المناسب:



صورة (3-1) سكتشات الشعار المقترح



صورة (2-3) مراحل تطور الشعار

أحد أهم الأمور في تخصص الجرافيكس هو الشعار وأنه يعد من أصعب الأمور في التصميم الثابت. إذ أن باقي التصميم من بوسترات بطاقات دعوة ويافطات... الخ من الأمور التي تعتمد بشكل كبير على تصميم الشعار، إذ يعتبر المدخل لباقي التصميم المراد تصميمها فلا يمكن لنا تصميم البوستر مثلاً قبل الشعار، وتصميم الشعارات ليس من الأمر السهل فهو يتطلب المشاركة بين أعضاء الفريق من ناحية الأفكار والتصاميم، فمن هنا قمنا كأعضاء فريق بتصميم مجموعة من الشعارات المختلفة ومن ثم جمعناها كلها من أجل الحصول على نسخة نهائية من شعار فريد خاص بشركة ريتاج. الشعار الذي تم اعتماده:



ريتا

لصابون والزيوت الطبيعية

صورة (3-3) الشعار النهائي

3.1.3 معنى الشعار:

الشكل الكلي للشعار يمثل قطرة الزيت وفي داخلها الورقة والورقة تدل على الطبيعه لان جميع مكونات منتجات الشركة طبيعية



ريتاچ

للصابون و الزيوت الطبيعية

صورة (3-4) معنى الشعار



صورة (3-5) معنى الشعار

3.1.4 الألوان:

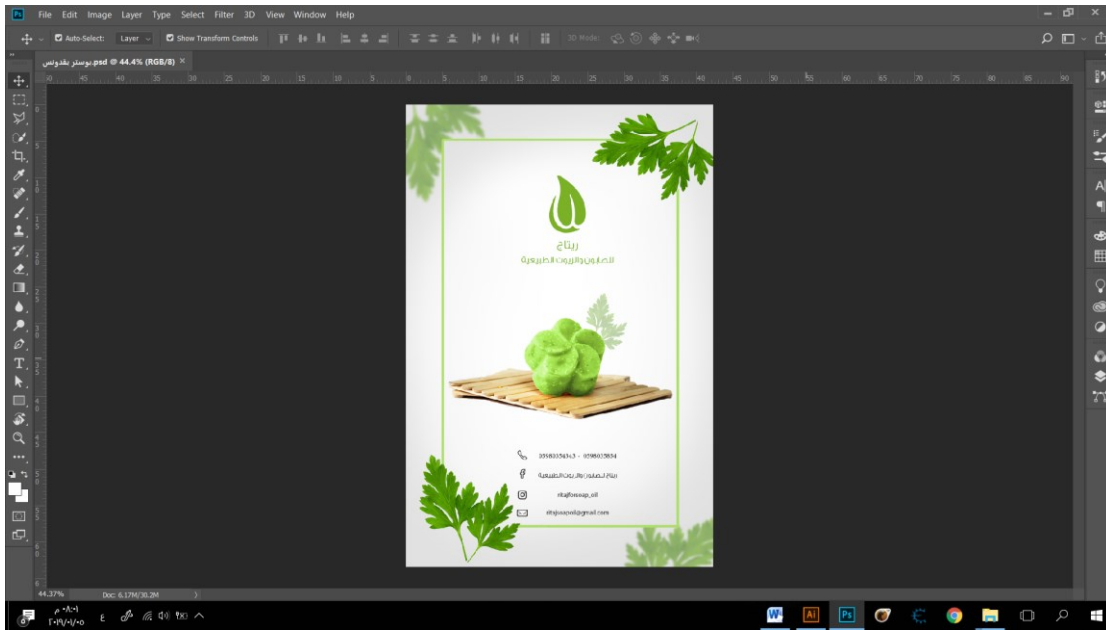
اللون الأكثر استخداما هو اللون الاخضر الذي يدل على الطبيعة

3.2 أنواع التصميم المطبوعة

في هذا القسم سيتم التكلّم عن التصميم المطبوعة وعناصرها بشكل عام، ومميزاتها وأشكالها المتنوعة بشكل واضح، وسيتم فيما يلي التحدث عن كل نوع على حده:

3.2.1 الإعلانات

هو عبارة عن تصميم مطبوع بحجم A3 تعلق في الداخل أو الخارج، وقد يصمم هذا الملصق من خلال برامج الحاسوب أو يمكن أن يصمم بشكل يدوي ويتم إدخاله الى الحاسوب لمعالجته وطباعته بالكمية المطلوبة. ويحتوي هذا الملصق على معلومات عن المنتج ورسم بسيط يعبر عن هذا المنتج، بالإضافة الى معلومات عن مكان أو زمان او حتى ارقام هواتف للاستفسار، ويظهر عليه الطرف الراعي مثل شعار الشركة أو المؤسسة القائمة على هذا الحدث أو المنتج. ويوزع في الشوارع والمحلات التجارية والأماكن المعنية من قبل الشركة أو المؤسسة.



صورة (3-5) البوستر اثناء عملية التصميم

3.2.2 المطوية (Brochure)

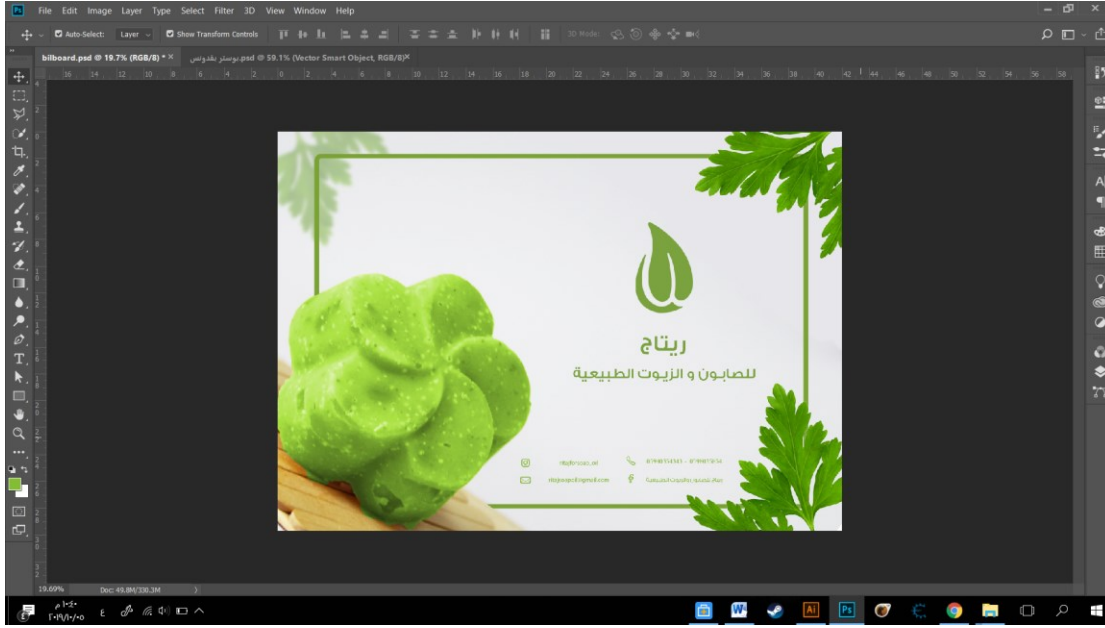
هو عبارة نشرة تحمل معلومات عن الشركة ومنتجاتها ورسالتها إلى الجمهور وتكون على قياس ورقة A4 على الوجهين وكل وجهة مقسم الى 3 اجزاء اي انها تتكون من 6 صفحات كل صفحة تحتوي على نص معين وصور.



صورة (3-6) المطوية اثناء عملية التصميم

3.2.3 يافطة (Billboard)

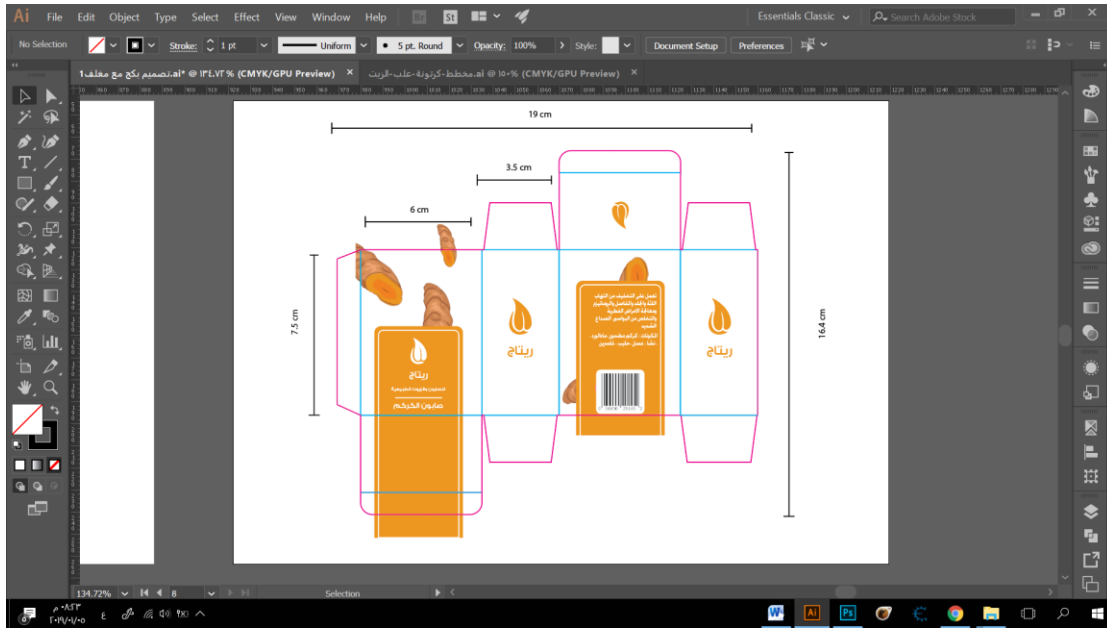
هي من أهم الوسائل الاعلانية وأكثرها شيوعاً في فلسطين. حيث أنها تمتاز بكبر حجمها لذلك تعرض في الخارج في الشوارع وعلى جدران الأبنية... الخ، وتوضع في الأماكن الحيوية من حيث السكان وحركة المرور مثل وسط المدينة. وتتضمن كباقي الإعلانات شعار الشركة والمنتج وتصميم معين. وعادةً ما تطبع بوضوح أقل من الوضوح التي تطبع فيه الملصقات الداخلية، لأنها تكون على بعد من عين المشاهد.



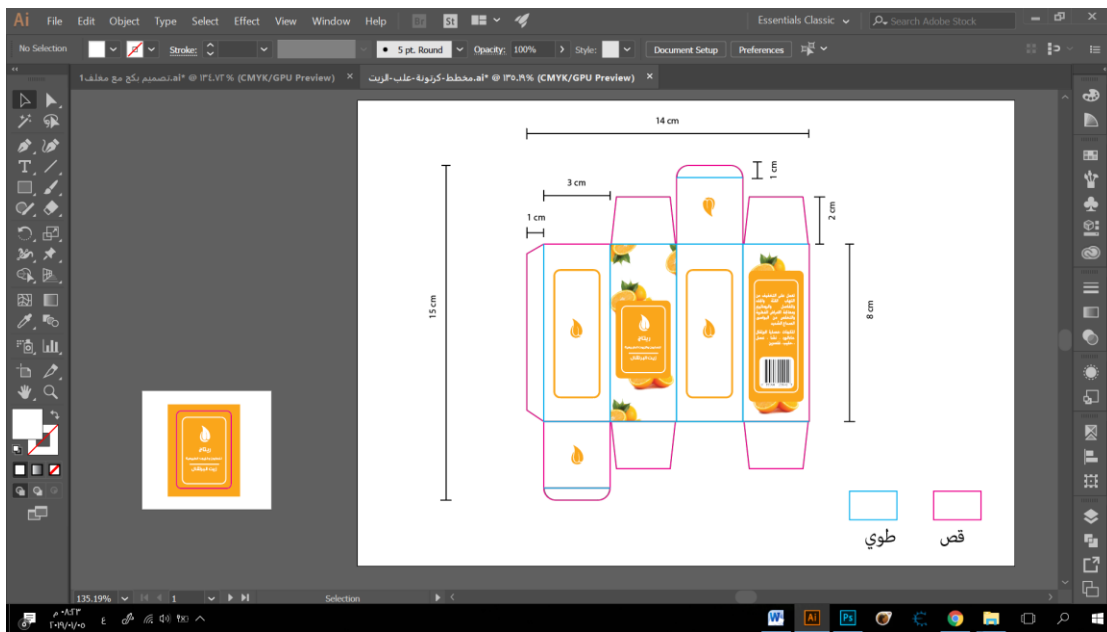
صورة (3-7) اليافطة اثناء عملية التصميم

3.2.4 التغليف (packaging)

عبارة عن المواد المستخدمة لحماية المنتج، حيث تحتوي على تصميم يدل على المنتج وبعض المعلومات عنه ومحتوياته وبعض العبارات الترويجية التي تعمل على جلب الانتباه وتُشجع على اشتراؤه.



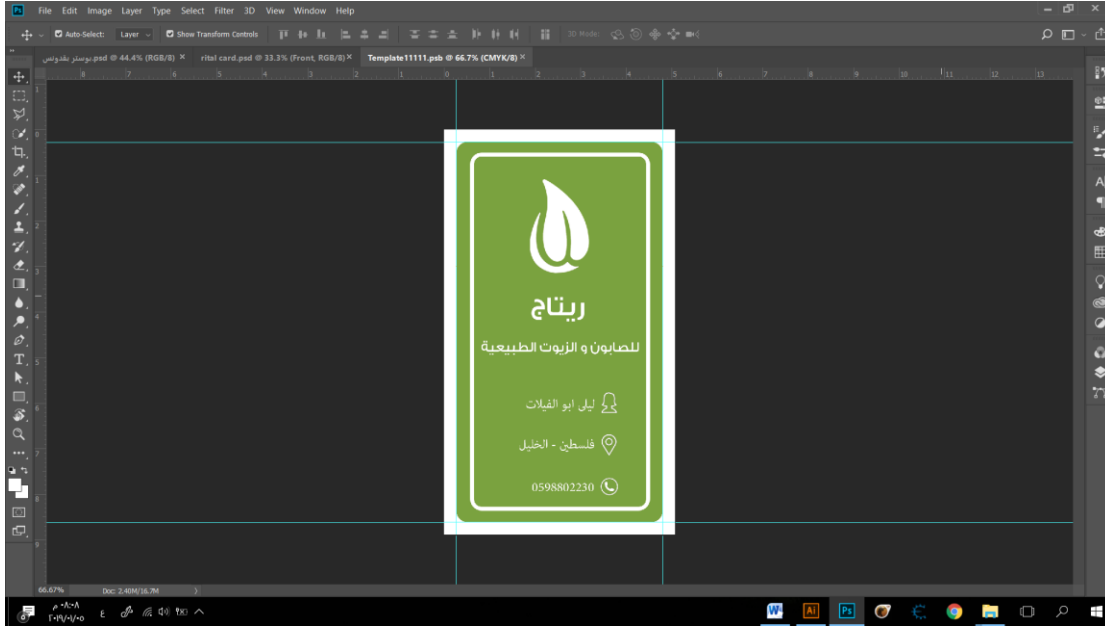
صورة (3-8) مغلف الصابون اثناء عملية التصميم



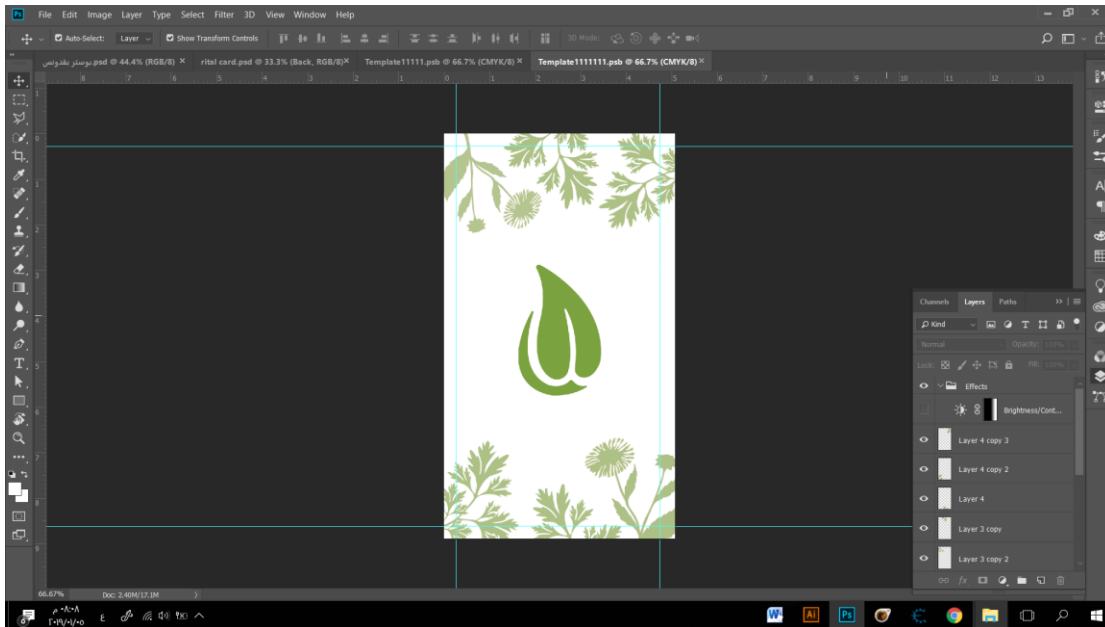
صورة (3-9) مغلف الزيت اثناء عملية التصميم

3.2.5 كرت (Business Card)

يعتبر الكرت من أصغر العناصر في التصميم الإعلانية المطبوعة, حيث يشمل معلومات رئيسية عن الشركة كالاسم والشعار وأرقام الهواتف والموقع ووسائط التواصل الاجتماعي, تم تصميمه بقياس 5x9 سم على الوجهين.



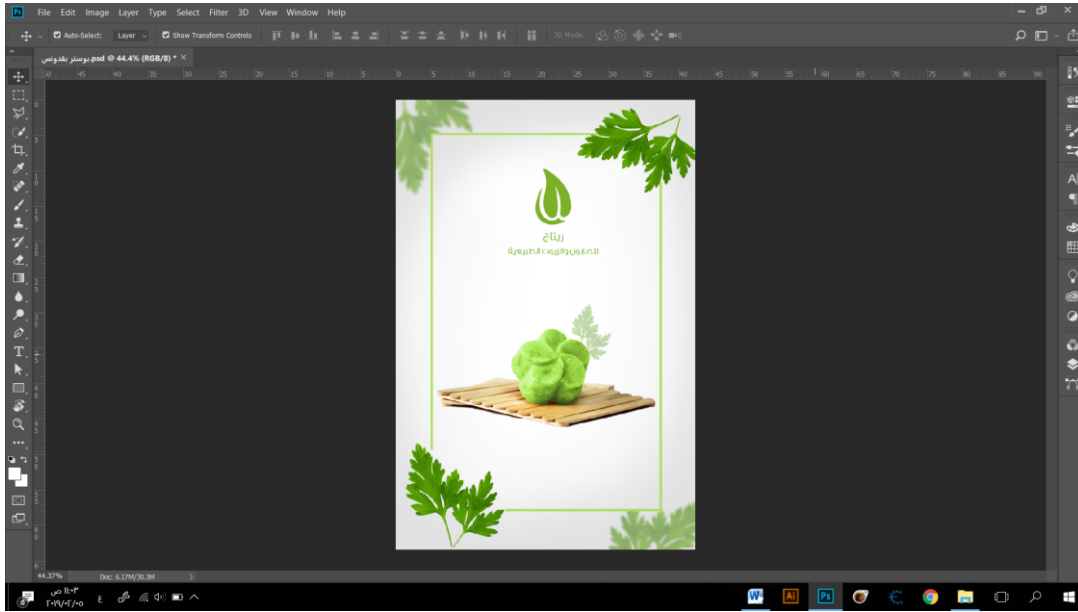
صورة (3-10) الوجه الاول للكرت اثناء عملية التصميم



صورة (3-11) الوجه الثاني للكرت اثناء عملية التصميم

Flayer 3.2.6

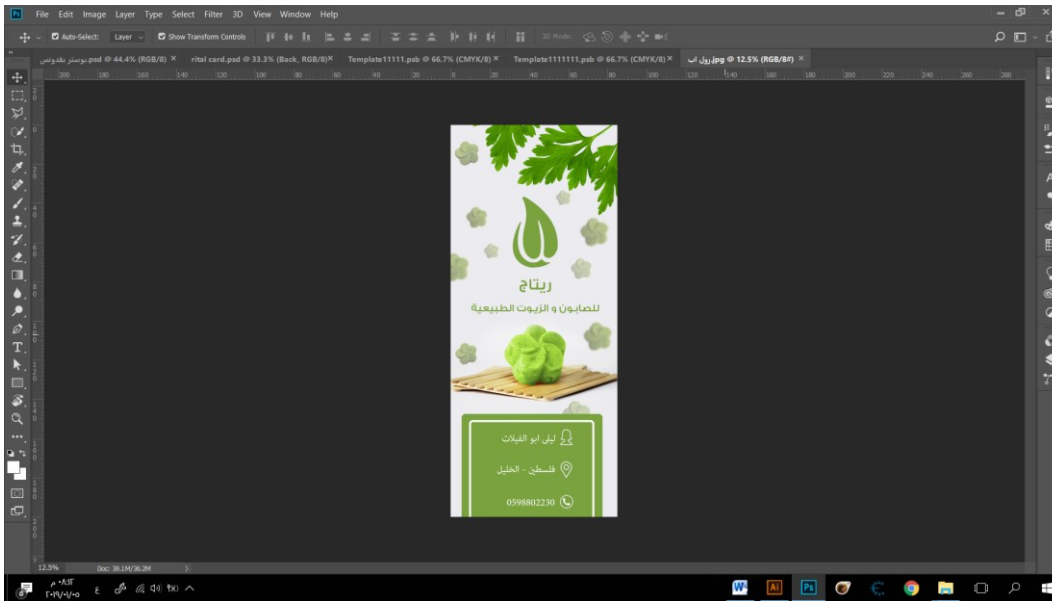
هو عبارة عن شكل مصغر للبوستر بقياس (17.5x25)سم، لا تكثر فيه المعلومات والتفاصيل لتكون فيه الأهمية للتصميم.



صورة (3-12) الفلاير اثناء عملية التصميم

Roll-up 3.2.7

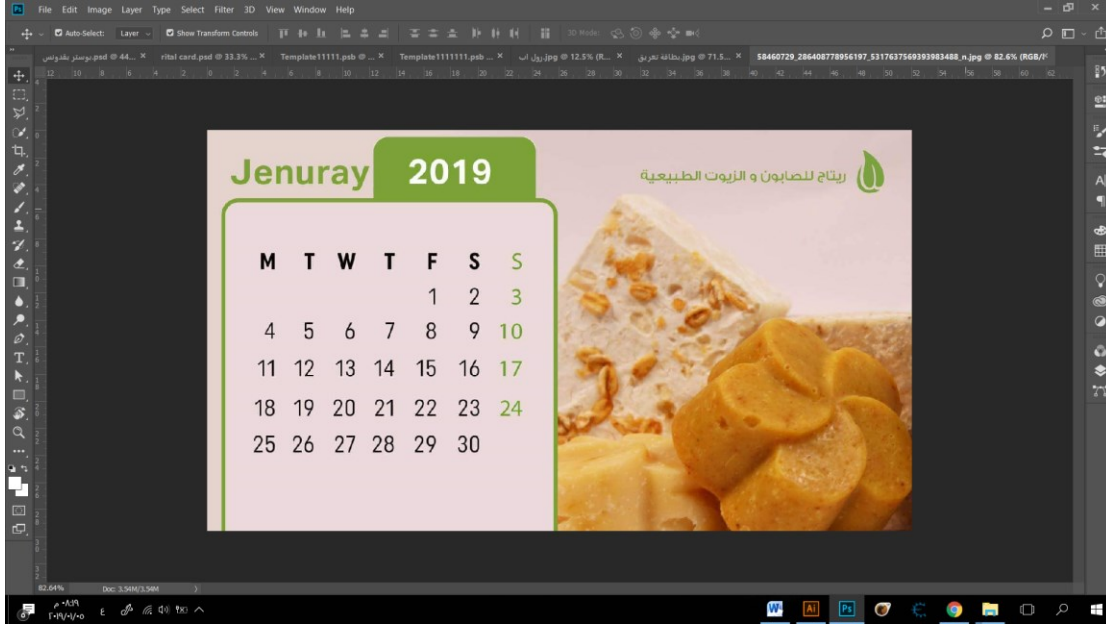
عبارة عن إعلان يعرض بشكل طولي بقياس (200x80) سم، يعرض على قاعدة معينة ويعرض فيه معلومات عن الشركة وصور المنتجات حيث سيحتوي على الألوان المعتمدة في التصاميم الأخرى حتى لا يخرج عن التصميم المعتمد. ويعرض غالباً داخل الشركة.



صورة (3-13) الرول اب اثناء عملية التصميم

3.2.8 التقويم

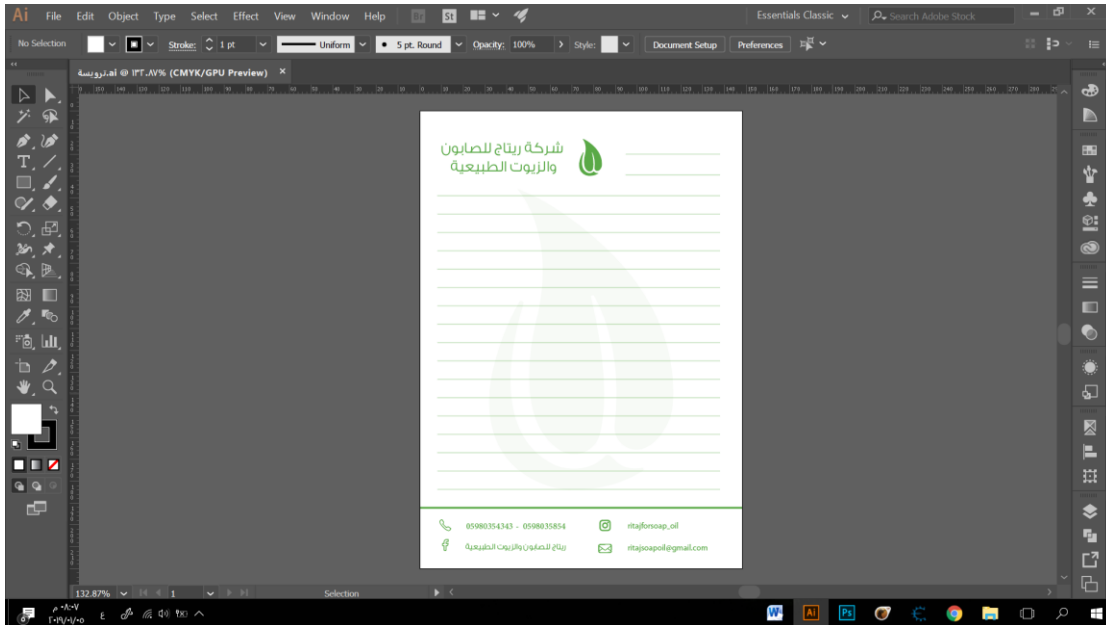
عبارة عن تصميم يعرض فيه التقويم للعام من حيث الأيام والأشهر والسنة، سيتم تصميمه بطريقة فنية وبشكل يتوافق مع التصاميم الأخرى.



صورة (3-14) التقويم اثناء عملية التصميم

3.2.9 الترويسة

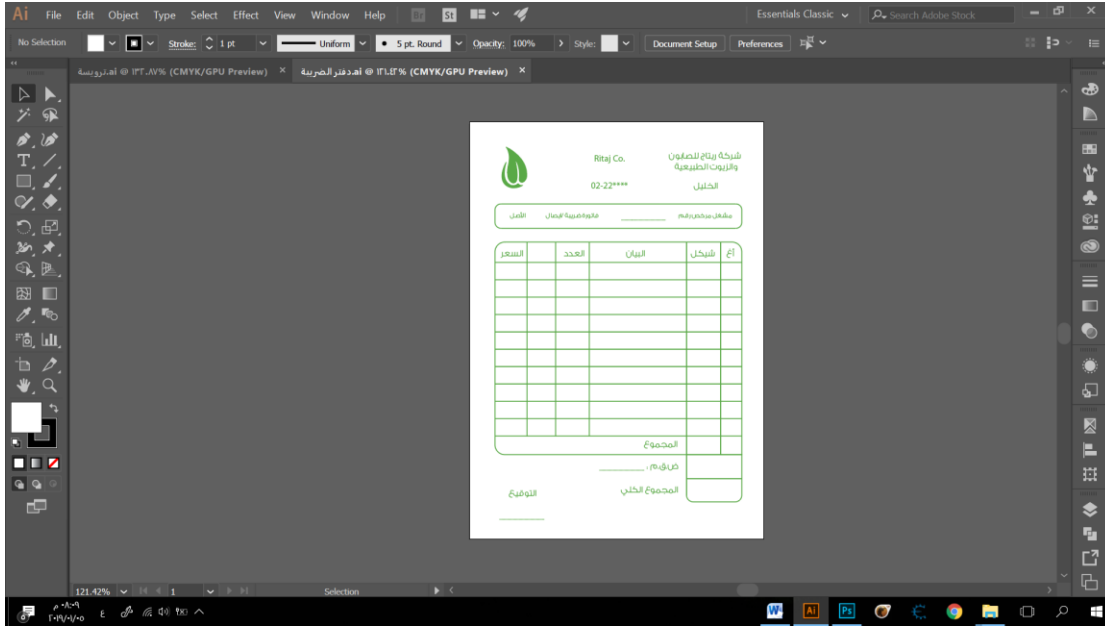
تصميم بحجم ورقة A4 يحتوي على شعار الشركة المصمم وتوضع في الملف.



صورة (3-15) الترويسة اثناء عملية التصميم

3.2.10 دفتر الضريبة

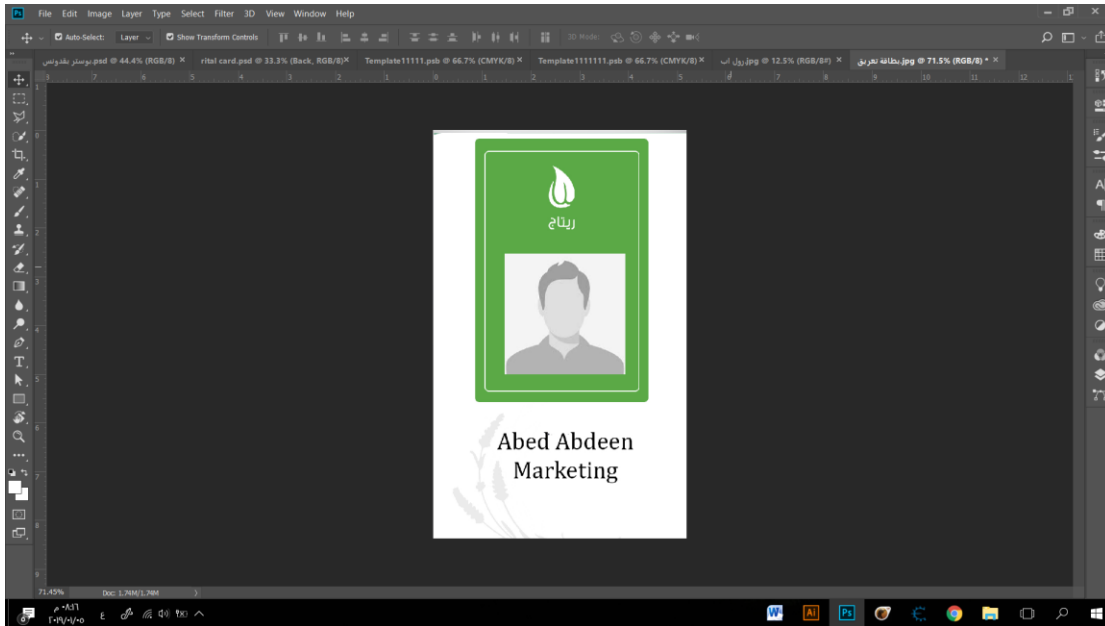
تصميم يحتوي على تفاصيل عن دفتر الضريبة والدفع A5 بحجم ويحتوي أيضاً على لوجو الشركة.



صورة (3-16) دفتر الضريبة اثناء عملية التصميم

3.2.11 بطاقة تعريفية

تصميم بقياس (9x5 سم)، يوزع على الموظفين لكي يثبت هويتهم داخل الشركة وفي المعارض ومهرجانات التسوق حيث يحتوي على صورة الشخص ومجال عمله.



صورة (3-17) البطاقة التعريفية اثناء عملية التصميم صورة (3-10) الفلاير اثناء عملية التصميم

3.3 تحليل مفصل للأدوات والبرامج التي سوف تستخدم

3.3.1 الأدوات التي سوف تستخدم

- أدوات رسم يدوية (أقلام رصاص –أوراق)
- أجهزة حاسوب عالية المستوى والكفاءة (3 أجهزة)
- كاميرا تصوير فوتوغرافي لتصوير المنتجات.
- حامل الكاميرا الثابتة والفيديو وذلك لاستخدامها في التصوير.
- خط شبكة انترنت لنقل الملفات والبحث عن الصور والملفات الصوتية والتواصل بين أعضاء الفريق.
- أقراص مضغوطة لحفظ ملفات المشروع عليها وعمل النسخ الاحتياطية.

3.3.1 البرامج التي سوف تستخدم في التصميم الثابت ودورها في تنفيذ المشروع

في السابق و قبل التطور الحاصل في مجال البرامج الخاصة في التصميم, كان التصميم يرسم و يشكل بشكل يدوي ومن ثم يطبع بالعدد المطلوب ولكن مع التطور الحاصل و توفر طرق أسهل من الطرق السابقة أصبح علينا التعامل مع هذه البرامج بشكل دوري و أن تصبح جزء من حياتنا كمصممين لأنها عملنا و هي الأساس هذا الأيام في تصميم المطبوعات الثانية. ومن هذه البرامج مجموعة شركة Adobe ومنها:

Adobe Photoshop cc 2017

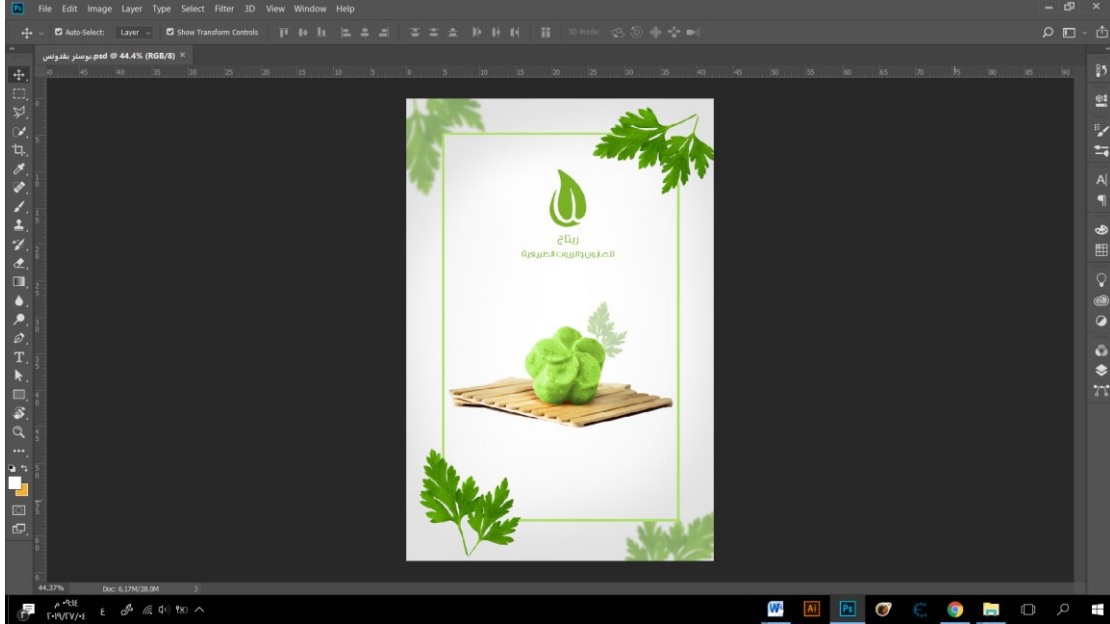
هو من أوائل البرامج التي طبقت مبدئ ال Layers في التصميم حيث اعتبر هذا المبدئ قفزة في مجال تطوير البرامج حيث أعطت هذه الخاصية القدرة على التحكم المرن بالتصميم بشكل أفضل من السابق. فهو برنامج أساسي في مجال التعديل على الصور من قص وتفرغ ودمج الصور بأسلوب متقن، بالإضافة الى قدرته على التغيير في ألوان الصورة وشفافيتها والكثير من الأمور المتعلقة في مجال تصميم الإعلان الثابت والتصاميم المطبوعة حيث سيستخدم هذا البرنامج في تصميم المطبوعات والتي تشمل على الملصقات والشعار وبطاقة الدعوة والياфطات وغيرهم من التصاميم الثابتة في هذا المشروع إضافة الى اخراج الصور النهائية والتي ستستخدم في تنفيذ هذه التصاميم.

ومما يتميز به هذا البرنامج:

- قص وتسوية الصور.
- تعديل تأثير الظل على الصور مع المحافظة على درجة اللون.

- إضافة أداة استبدال اللون: أداة سهلة الاستخدام لاستبدال لون معين في أي جزء من الصورة مع المحافظة على التأثيرات الضوئية الأصلية للشكل المراد تغيير لونه.
- حفظ الصور بصيغ مختلفة (PSD-JPG-PNG-GIF).

بعض التصميمات خلال تنفيذها على البرنامج:



صورة (3-18) تصميم الفلاير على برنامج الفوتوشوب

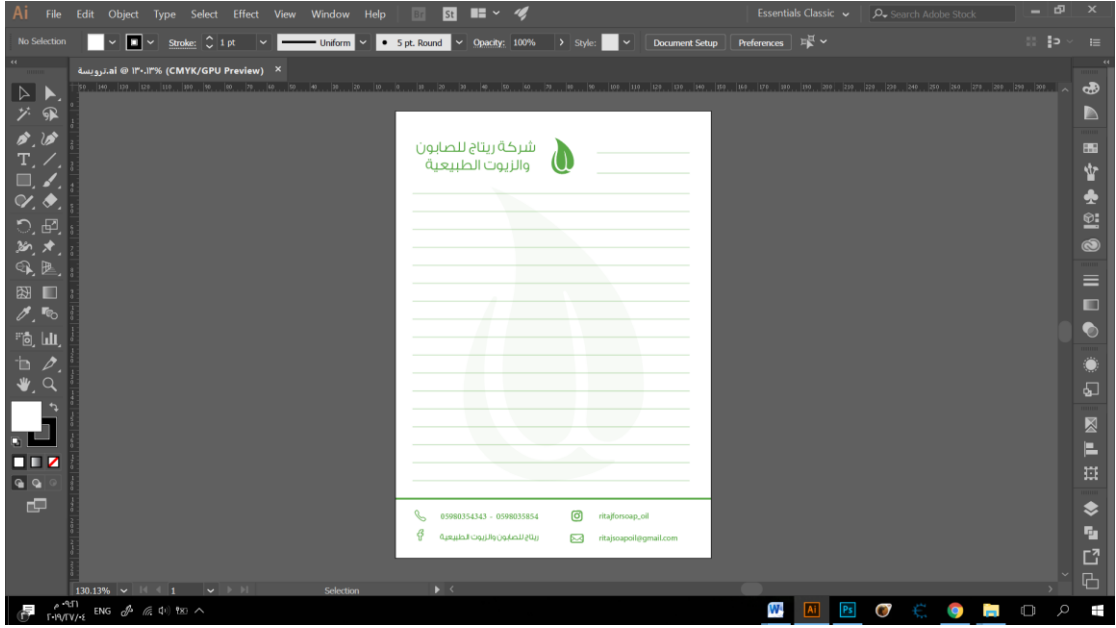
Adobe illustrator cc 2017

استخدم هذا البرنامج في تصميم الشعار والتصاميم المرئية مثل المطوية والتقويم والكرت... الخ.

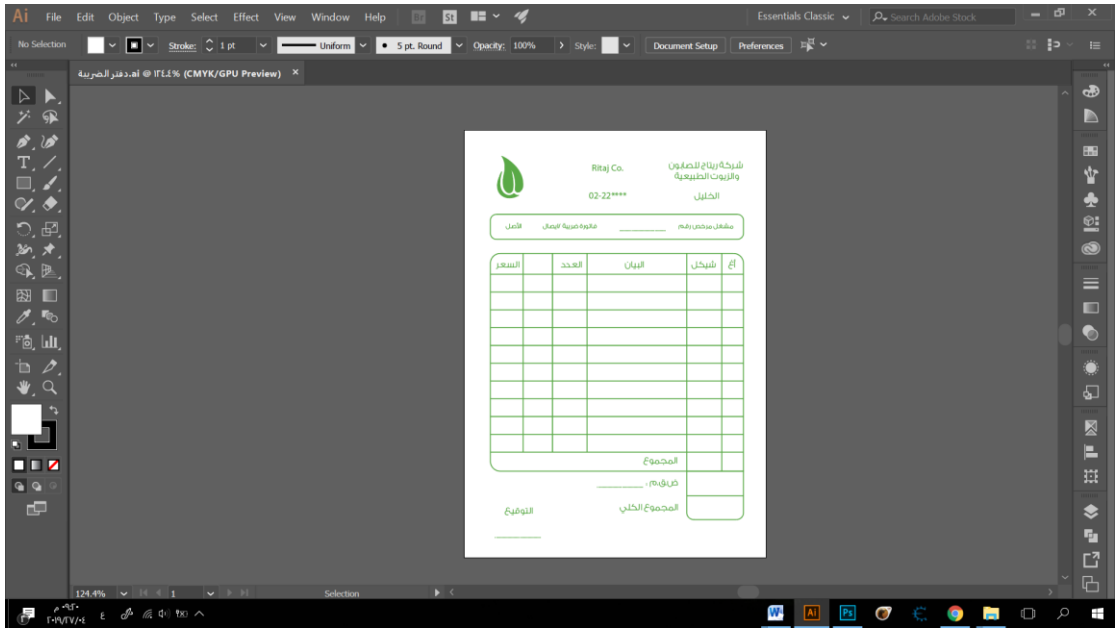
ما يتميز به هذا البرنامج:

- قدرة البرنامج على الاندماج مع برنامج Adobe Animate.
- اختيار الألوان مباشرة.
- رسم وتحسين الأشكال.
- تطور هذا البرنامج حتى أصبح بالإمكان تصميم أشكال ثلاثية الأبعاد من خلاله.
- سهولة التعديل والتراجع في العمل وحفظ التصميم بصيغ متعددة (PSD-JPG-PNG)

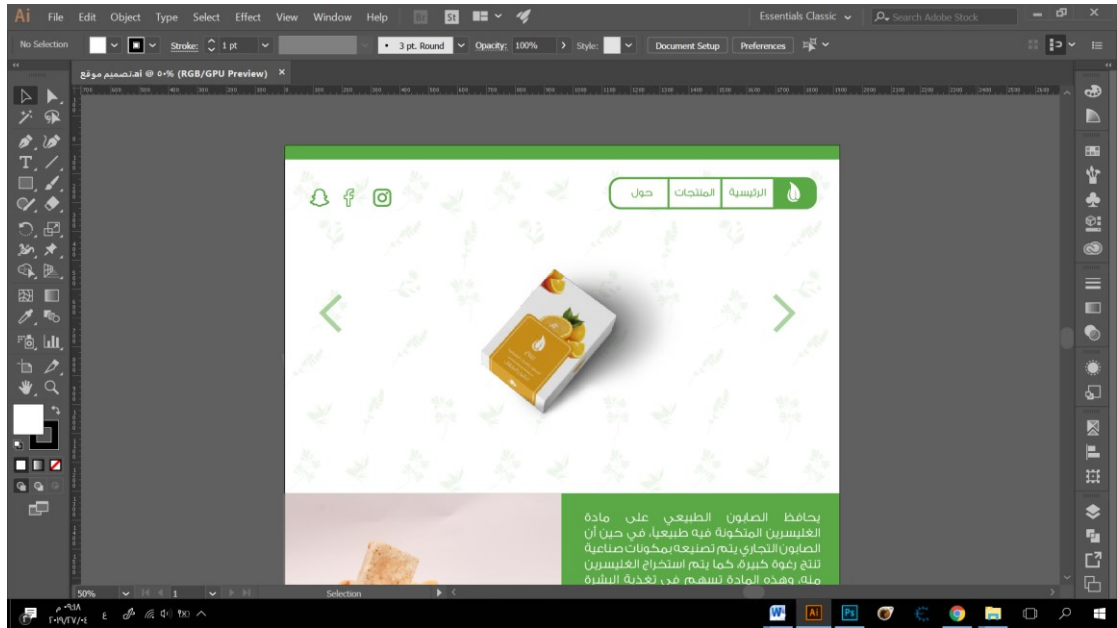
بعض التصميمات خلال تنفيذها على البرنامج:



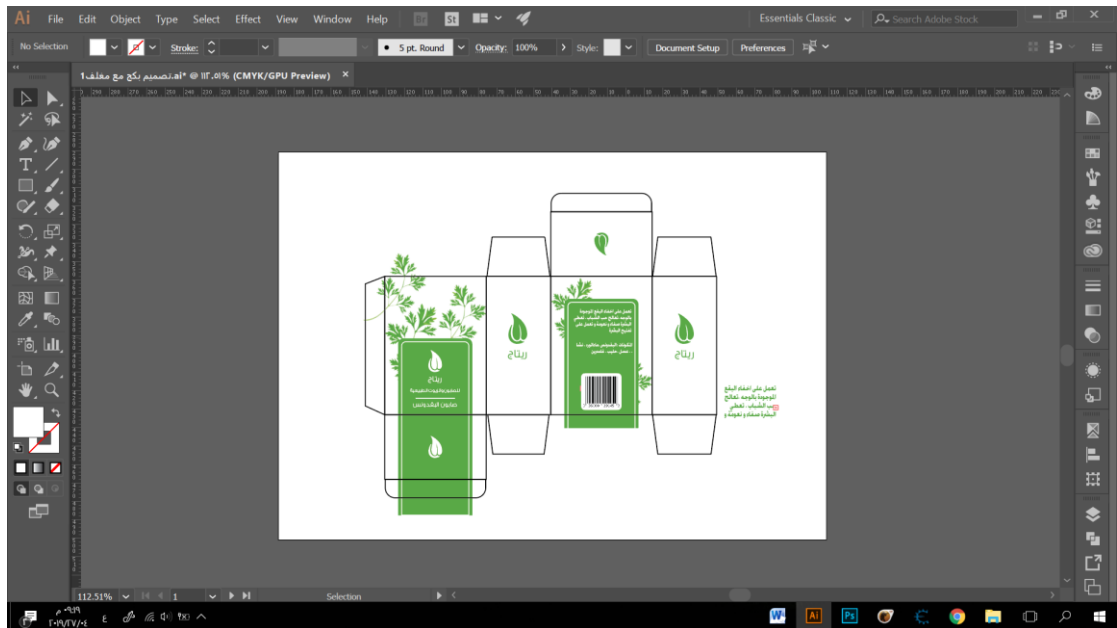
صورة (3-19) تصميم الترويسة على برنامج الالستريتور



صورة (3-20) تصميم دفتر الضريبة على برنامج الالستريتور



صورة (3-21) تصميم الموقع على برنامج الالستريتير



صورة (3-22) تصميم مغلف الصابون على برنامج الالستريتير

3.4 مقارنة التصاميم

الشعار

لقد قمنا بتغيير الشعار من وجه المرأة الى الشعار الجديد الذي يعبر عن قطرة الزيت بدلا من وجه المرأة الذي كان في الشعار القديم لان الشركة تقدم منتجات غير محصورة بالمرأة



صورة (3-23) الشعار قبل وبعد

بعد

قبل

المطوية

لقد قمنا بتغيير التصميم الخارجي والمضمون الداخلي للمطوية حيث كان النص غير مقروء والخلفية غير متناسقة مع طبيعة عمل الشركة واستخدمنا لون الطبيعة (اللون الاخضر) في التصميم الجديد وذلك للتأكيد على ان المنتجات طبيعية تماما



صورة (24-3) المطوية قبل وبعد

بعد

قبل

علبة الزيت

لقد كانت علبة الزيت عبارة عن علبة من البلاستيك والملصق المتواجد على سطحها غير مقاوم للعوامل البيئية وغير مناسب لنوعية المنتج ،حيث قمنا بتصميم علبة زجاجية وملصق يوضع عليها ليعطيها مزيداً من الجمالية مع علبة كرتون خارجية لتسهيل تخزينها و حمايتها من الكسر والعوامل البيئية الاخرى



صورة (3-25) علبه الزيت قبل وبعد

بعد

قبل

علبة الصابون

لقد كان تصميم علبه الصابون القديمه لا يحمل أي معلومات عن المنتج الداخلي ولا يتناسب فنيًا مع طبيعة المنتج المتواجد في داخلها ويفتقد الجمال



صورة (3-26) غلاف علبه الصابون

بعد

قبل

الفصل الرابع :

4.1 الترويج

تركز شركة رتاج للصابون وزيتوت الطبيعية على صفحات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك بشكل كبير في عملية الترويج لوجود عدد كبير من الزبائن ولقلة التكاليف وفعاليتها الكبيرة حيث تعتمد شعار الشركة كصورة بروفایل دائمة وتتركز غالبا في استخدامها لهذه المواقع على عرض منتجاتها القديمة والجديدة وتعرض أيضا إنجازاتها ومشاركاتها في المعارض

The screenshot shows the Facebook page for 'Ritaj Natural Soaps and Oils'. The page header includes the name 'Ritaj' and the tagline 'Natural Soaps and Oils'. The cover photo displays a variety of soap bars and bottles. The profile picture is a stylized face logo with the name 'Ritaj'. The page content includes a post from April 17, 2019, at 12:29 PM, which reads: 'ما في بعد الاسترخاء بوجو معطر بروائح طبيعية ولهبك #ريتاج عملتلك زيتوت عطرية بروائح طبيعية لتعطي المكان رائحة جميلة طبيعية وتهدى الأعصاب وتسترخوا ! لحنقوا حالقوا واطلبوها ع الرسائل مع الزيت العطري بالنكهة الي بتطلبوها'. Below the text is a photo of a traditional oil lamp (diya) with a lit candle, sitting on a wooden stand. The page also shows a sidebar with navigation options like 'الرأي', 'الصور', 'المتجر', 'المجتمع', 'مقاطع الفيديو', 'المناسبات', 'حول', and 'المعلومات والإعلانات'. The main content area shows a post with a photo of a traditional oil lamp and a caption in Arabic.

صورة (4-1) صفحة فيسبوك للشركة



صورة (2-4) عرض منتجات الشركة على صفحة الفيسبوك

كما انها تستغل المناسبات في عملية الترويج وخاصة المناسبات التي تخص المرأة مثل يوم الأم ويوم المرأة العالمي



صورة (3-4) استغلال مناسبات في المناسبات

كما تقوم أيضا بالترويج من خلال صفحتها على الانستغرام

The screenshot shows the Instagram profile of 'ritajforsoap_oil'. The profile picture is a circular logo featuring a stylized face with the word 'Ritaj' written in a cursive font. The profile statistics are: 153 Posts, 1,347 Followers, and 1,932 Following. There is a 'Message' button and a dropdown menu icon. The bio is in Arabic: 'ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية' (Ritaj for natural soaps and oils), followed by 'Product/Service' and a description: 'شركة ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية بتقديم منتجات صابون وزيوت طبيعية لعلاج مشاكل الشعر والبشرة، اهلا وس... more'. Below the bio is a link to 'ritajsoapoil.sarahah.com/' and the location 'الخليل, Israel'. It also shows 'Followed by tahasyouri, ali_ramadan_ppu, rawand_taha + 3 more'. At the bottom, there are five circular icons representing different products: 'نصائح بسيطه' (Simple tips), 'معارض ريتاج' (Ritaj exhibitions), 'زيت الطيون' (Tea tree oil), 'زيت تقوية الشعر' (Hair strengthening oil), and 'بسم' (Bismillah). The bottom navigation bar of the Instagram app is visible.

صورة (4-4) صفحة الانستغرام للشركة

ومن اهم الوسائل التي تعتمد عليها الشركة في الترويج هي المشاركة في المعارض والاحتفالات المحلية مثل معارض expo ، ومعرض في جامعة البلويتكناك (أيام البلويتكناك) ، معارض جامعة الخليل بالإضافة الي معارض أخرى على مستوى الوطن



صورة (4-5) معرض الشركة في expo



صورة (4-6) معرض الشركة في فعاليات أيام البوليتكنك

كما تقوم بتوزيع بروشورات على الزبائن من اجل تعريفهم بالمنتجات والفائدة من كل منتج



**حين تمتزج نكهة اعشاب
فلسطين لتخترقها اصالة زيوتها
المقرسة تكون منتجات
ريتاڭ للصابون
والزيوت الطبيعية**

الكرات الفواره (البات بومب)
تعمل على تعقيم الجسم وتنظيفه من الشوائب والبثور والدهون وتقشير البشرة
تساعد على الاسترخاء، تهدئة العضلات، تنشيط الدورة الدموية، تعقيم وترطيب الجلد لمنح الجسم رائحة جميلة



ملح الحليب
يعمل على تعقيم الجسم ويساعد في التخلص من آثار الحب والحديبات وعلامات تمدد الجلد، يولج البشرة حيوية ونعومة، يحدد خلايا البشرة عن طريق تقشيرها



فلسطين - الخليل
0598035854 | 0598035434
ريتاڭ للصابون والزيوت الطبيعية
ritajforsoap_oil

صابون الحليسرين باملاح البحر الميت
تلطف البشرة وترطيبها وتخلص من مشكلة المسامات الواسعة



زيت فاتيا (vatia)
مكون من خلطة زيوت من اعشاب طبيعية مع فيتامينات تعمل على حماية فروة الرأس من ظهور القشرة بالإضافة الي تطويل وتعقيم الشعر وتقويته



زيت الذهب
يجعل البشرة مشرقة ولامعه وينقيه ويصفيه ويمنح تجاعيد الجلد



مقشر الجسم (السكر)
يوجد بثلاث انواع (مقشر الفراولة، الكركم، القهوة) تعمل على إزالة خلايا الجلد الميتة، التخلص من مشكلة نمو الشعر تحت الجلد، تعقيم وتعطير الجسم



صابونة البرتقال
تعمل على تفتيح البشرة، تخفيف بقع الوجه وشدها ومقاومة التجاعيد

زيت البرتقال
ينشط فروة الرأس لاستخدامات الشعر
تبييض البشرة وتطهيرها ومقاومة التجاعيد لاستخدامات البشرة



صابونة زيت الطيون
يعمل على التخفيف من قشرة الشعر والتهابات فروة الرأس، التخفيف من الام المفاصل، تخفيف الصداع تطهير البشرة وحمايتها من الجراثيم والالتهابات



صابونة زيت اكليل الجبل
يعمل كمطهر للجلد ولهما خصائص فعاله لقتل البكتيريا ويعمل على ترطيب البشرة



صابونة الحليب بالعسل والشوفان
يعمل كمقشر طبيعي للبشرة
تلطف البشرة وترطيبها وتزيل الرؤوس السوداء



صابونة الكركم
تعمل على التخفيف من حروق الشمس والحماية من سرطان الجلد



صابونة القهوة
تعمل على إزالة الترهلات والخطوط البيضاء والسيلوليت



صابونة اللافندر بالاعشاب
يمكن استخدامها كخونر للبشرة فهي تعمل على تطهير البشرة، تخليصها من السموم، تحارب ظهور حب الشباب وتعدي البشرة



الرسالة، تعمل ريتاڭ على تقديم منتجات طبيعية للعناية بالبشرة والشعر تتمثل في الصابون والزيوت والمقشرات الطبيعية والتي تحتوي على مكونات طبيعية بالكامل وهي منتجات صديقة للبيئة من حيث الانتاج والتصنيع

الرؤية: وصول منتجات ريتاڭ للأسواق المحلية والعالمية كمنتج فلسطيني صديق للبيئة والبشرة

منتجاتنا

صابونة الفحونس

تمنح ظهور الحب، تخفف من بقع وآثار الحب تعطي البشرة صفاء ونعومة وتشد البشرة



صورة (6-7/4-4) بروشورات المنتجات

4.2 الأهداف التسويقية للخطة الترويجية

4.2.1 الهدف التسويقي:

زيادة نسبة الزبائن الجدد والمحافظة على الزبائن الحاليين

4.2.2 الهدف الترويجي:

توعية المجتمع حول وجود شركة ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية وتقديم معلومات حول طبيعة المنتج بالإضافة الى ابراز اسم الشركة والصورة الذهنية في عقل الزبون عن الشركة

4.3 وسائل وأدوات الترويج

- 1) قيام بطباعة مطبوعات تعريفية عن الشركة والمنتجات
- 2) طباعة مطبوعات في شارع في مناطق مختلفة في الوطن
- 3) عمل إعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي
- 4) تصميم بوث للمشاركة في الفعاليات
- 5) عمل اعلان ترويجي للشركة وعرضه في مواقع التواصل الاجتماعية وفي إعلانات الشارع المتحركة

4.4 الميزانية

Advertising

تخصيص 60% من الميزانية المخصصة للترويج

الهدف: الوصول الى اكبر عدد ممكن من الزبائن

التطبيق: توزيع إعلانات شارع في مناطق عديدة من الوطن وخاصة مدينة الخليل والقرى المحيطة بالإضافة الى توزيع إعلانات في مراكز بيع منتجات العناية بالبشرة والصالونات

Digital marketing

تخصيص 40% من الميزانية المخصصة للترويج

الهدف: الوصول الى اكبر عدد من الزبائن بفترة قصيرة من اجل توعيتهم حول المنتج بالإضافة الى حفظ اسم الشركة في ذهن الزبائن

التطبيق: من خلال إعلانات على صفحة الشركة على الفيس بوك والانسجرام بالإضافة الى موقع الشركة على الانترنت

4.5 تطبيق التصاميم المطبوعة

4.5.1 التصاميم المطبوعة النهائية

البوستر:

هو عبارة عن تصميم مطبوع بحجم A3 تعلق في الداخل أو الخارج



صورة (4-1) تصميم البوستر لمنتجات الشركة



صورة (4-2) تنفيذ تصميم البوستر لمنتجات الشركة



صورة (4-4) تنفيذ تصميم ضريبة الايصال

بطاقة تعريفية

تصميم ب قياس (9x5 سم)، يوزع على الموظفين لكي يثبت هويتهم داخل الشركة وفي المعارض ومهرجانات التسوق حيث يحتوي على صورة الشخص ومجال عمله.



صورة (4-5) تصميم البطاقة التعريفية



صورة (4-6) تنفيذ تصميم البطاقة التعريفية

كرت (Business Card)

يشمل معلومات رئيسية عن الشركة كالاسم والشعار وأرقام الهواتف والموقع ووسائط التواصل الاجتماعي، تم تصميمه بقياس 5x9 سم على الوجهين.



صورة (4-7) تصميم الوجه الخلفي للكرت



صورة (4-8) تصميم الوجه الامامي للكرت



صورة (4-9) تنفيذ تصميم للكرت

يافطة (Billboard)

هي من أهم الوسائل الاعلانية وأكثرها شيوعاً في فلسطين. حيث أنها تمتاز بكبر حجمها لذلك تعرض في الخارج في الشوارع وعلى جدران الأبنية... الخ، حجمها 4*6 متر



صورة (4-10) تصميم اليافطة



صورة (4-11) تنفيذ تصميم يافطة

رول اب

عبارة عن إعلان يعرض بشكل طولي بقياس (200x80) سم، يعرض على قاعدة معينة ويعرض فيه معلومات عن الشركة وصور المنتجات



صورة (4-12) تصميم الرول اب



صورة (4-13) تنفيذ تصميم الرول اب

الترويسة

الملف في وتوضع المصمم الشركة شعار على يحتوي A4 ورقة بحجم تصميم



صورة (4-14) تصميم الترويسة



صورة (4-15) تنفيذ تصميم الترويسة

التقويم

تصميم يعرض فيه التقويم للعام من حيث الأيام والأشهر والسنة، ابعاده 15*25.



صورة (4-16) تصميم التقويم

February 2019

ريتاڭ للصابون و الزيوت الطبيعية



M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			



صورة (4-17) تصميم التقويم

Mars 2019

ريتاڭ للصابون و الزيوت الطبيعية



M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



صورة (4-18) تصميم التقويم

April 2019

ريتاڭ للصابون و الزيوت الطبيعية

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

صورة (4-19) تصميم التقويم

May 2019

ريتاڭ للصابون و الزيوت الطبيعية

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

صورة (4-20) تصميم التقويم

June 2019

ريتاڭ للصابون و الزيوت الطبيعية

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



صورة (4-21) تصميم التقويم

July 2019

ريتاڭ للصابون و الزيوت الطبيعية

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



صورة (4-22) تصميم التقويم

August 2019

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ريتاغ للصابون و الزيوت الطبيعية



صورة (4-23) تصميم التقويم

September 2019

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

ريتاغ للصابون و الزيوت الطبيعية



صورة (4-24) تصميم التقويم

October 2019

ريتاچ للصابون و الزيوت الطبيعية



M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



صورة (4-25) تصميم التقويم

November 2019

ريتاچ للصابون و الزيوت الطبيعية



M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



صورة (4-26) تصميم التقويم



صورة (4-27) تصميم التقويم



صورة (4-28) تنفيذ تصميم التقويم

المطوية (Brochure)

نشرة تحمل معلومات عن الشركة ومنتجاتها ورسالتها إلى الجمهور وتكون على قياس ورقة A4 على الوجهين وكل وجهة مقسم الى 3 اجزاء اي انها تتكون من 6 صفحات كل صفحة تحتوي على نص معين وصور



شركة ريتاج للصابون
والزيوت الطبيعية

إدارة
ليلي ابو الفيلات، سوزان الزغير

05980354343 - 0598035854

ريتاج للصابون والزيوت الطبيعية

ritajforsoap_oil

ritajsoapoil@gmail.com

مميزات وفوائد الصابون الطبيعي

تغذية البشرة وإعطائها قوة ونضارة مما يساعد على تأخر ظهور التجاعيد.
تغذية جذور الشعر ومنحه الحيوية والتخفيف من تساقط الشعر.
تخليص الجسم من البكتريا المسببة للرائحة ومنحه عطراً طبيعياً جميلاً.
المساعدة في علاج بعض الأمراض الجلدية كالأكزما والصدفية.

الرسالة

تعمل شركة ريتاج على تقديم منتجات تجميلية وعلاجية تتمثل في الصابون والزيوت الطبيعية والتي تحتوي مكونات طبيعية بالكامل لأهداف تجميل وعلاج صديق للبيئة تصنيعاً واستخداماً

الرؤية

وصول منتجات ريتاج الى الأسواق العالمية والمحلية كمنتج تجميلي وعلاجي لمشاكل الجلد والبشرة كمنتج صديق للبيئة تصنيعاً واستخداماً

نبذة عن المنتجات

تقدم ريتاج منتجات من الصابون والزيوت المصنعة من اعشاب وزيوت طبيعية والتي تعمل على حل مشاكل الجلد والبشرة وهي منتجات طبيعية بالكامل وصديقة للبيئة من بداية الانتاج حتى وصوله للمستهلك وهي

مميزات وفوائد الصابون الطبيعي

يحافظ الصابون الطبيعي على مادة الغليسرين المتكونة فيه طبيعياً، في حين أن الصابون التجاري يتم تصنيعه بمكونات صناعية تنتج رغوة كبيرة، كما يتم استخراج الغليسرين منه، وهذه المادة تسهم في تغذية البشرة وإعطائها قوة ونضارة، مما يساعد في تأخر ظهور التجاعيد كما تسهم في تخليص الجسم من البكتريا المسببة للرائحة، ومنحه عطراً طبيعياً جميلاً.

ومن المعروف أن الصابون الطبيعي يتم تصنيعه يدوياً ويتم استخدام زيوت نباتية طبيعية لضمان حفاظ الصابون على كامل مكوناته الطبيعية من الفيتامينات والعناصر المغذية للبشرة. لهذا السبب، يعتني الصابون الطبيعي بالبشرة، لا سيما الحساسة والمتعبة كما يوجد لون الجسم وخصوصاً المنطقة الحساسة.

من جهة أخرى، يسهم الصابون الطبيعي في التخلص من المواد الكيميائية في الشامبو التي تسبب الحساسية في الجلد والشعر، كما يساعد على القضاء على القشرة ويقوي بصيلة الشعر ويعطي الشعر ملمس ناعم وينقذه من طبقات السيلكون التي تركها الشامبو عليه.

ومن أهم الصابونات الطبيعية نذكر صابون الغار الذي والذي يعتمد على زيت الغار بالدرجة Laurel يسمى الأول. ومن فوائد صابون الغار الطبيعي

صورة (29-4) تصميم الوجه الاول للبروشور



مميزات وفوائد الصابون الطبيعي

يحافظ الصابون الطبيعي على مادة الغليسرين المتكونة فيه طبيعياً، في حين أن الصابون التجاري يتم تصنيعه بمكونات صناعية تنتج رغوة كبيرة، كما يتم استخراج الغليسرين منه، وهذه المادة تسهم في تغذية البشرة وإعطائها قوة ونضارة، مما يساعد في تأخر ظهور التجاعيد كما تسهم في تخليص الجسم من البكتريا المسببة للرائحة، ومنحه عطراً طبيعياً جميلاً.

ومن المعروف أن الصابون الطبيعي يتم تصنيعه يدوياً ويتم استخدام زيوت نباتية طبيعية لضمان حفاظ الصابون على كامل مكوناته الطبيعية من الفيتامينات والعناصر المغذية للبشرة. لهذا السبب، يعتني الصابون الطبيعي بالبشرة، لا سيما الحساسة والمتعبة كما يوجد لون الجسم وخصوصاً المنطقة الحساسة.

من جهة أخرى، يسهم الصابون الطبيعي في التخلص من المواد الكيميائية في الشامبو التي تسبب الحساسية في الجلد والشعر، كما يساعد على القضاء على القشرة ويقوي بصيلة الشعر ويعطي الشعر ملمس ناعم وينقذه من طبقات السيلكون التي تركها الشامبو عليه.

ومن أهم الصابونات الطبيعية نذكر صابون الغار الذي والذي يعتمد على زيت الغار بالدرجة Laurel يسمى الأول. ومن فوائد صابون الغار الطبيعي

الرسالة

تعمل شركة ريتاج على تقديم منتجات تجميلية وعلاجية تتمثل في الصابون والزيوت الطبيعية والتي تحتوي مكونات طبيعية بالكامل لأهداف تجميل وعلاج صديق للبيئة تصنيعاً واستخداماً

الرؤية

وصول منتجات ريتاج الى الأسواق العالمية والمحلية كمنتج تجميلي وعلاجي لمشاكل الجلد والبشرة كمنتج صديق للبيئة تصنيعاً واستخداماً

نبذة عن المنتجات

تقدم ريتاج منتجات من الصابون والزيوت المصنعة من اعشاب وزيوت طبيعية والتي تعمل على حل مشاكل الجلد والبشرة وهي منتجات طبيعية بالكامل وصديقة للبيئة من بداية الانتاج حتى وصوله للمستهلك وهي

صورة (30-4) تصميم الوجه الثاني للبروشور



صورة (31-4) تنفيذ تصميم البروشور

امساكية رمضان

عبارة عن تصميم يخص الشركة في شهر رمضان يحمل تقويم شهر رمضان بحجم A5



صورة (4-32) تصميم الوجه الاول لبرنامج رمضان

كل عام وكلنا في الشهر الكريم							امساكية شهر رمضان 1440\2019 هـ										
اليوم	رمضان	ايام	الفجر	الشروق	الظهر	العصر	المغرب	العشاء	اليوم	رمضان	ايام	الفجر	الشروق	الظهر	العصر	المغرب	العشاء
الثلاثاء	16	21	4:02	5:35	12:35	4:16	7:39	9:08	الاثنين	1	6	4:16	5:45	12:35	4:16	7:29	8:54
الاربعاء	17	22	4:02	5:34	12:35	4:16	7:40	9:09	الثلاثاء	2	7	4:16	5:44	12:35	4:15	7:30	8:55
الخميس	18	23	4:01	5:34	12:35	4:16	7:41	9:10	الاربعاء	3	8	4:16	5:43	12:35	4:14	7:31	8:56
الجمعة	19	24	4:00	5:34	12:35	4:16	7:41	9:11	الخميس	4	9	4:16	5:43	12:35	4:13	7:31	8:57
السبت	20	25	3:59	5:33	12:35	4:16	7:42	9:11	الجمعة	5	10	4:16	5:42	12:35	4:12	7:32	8:58
الاحد	21	26	3:58	5:33	12:36	4:16	7:42	9:12	السبت	6	11	4:16	5:41	12:35	4:11	7:33	8:59
الاثنين	22	27	3:58	5:32	12:36	4:16	7:43	9:13	الاحد	7	12	4:16	5:40	12:35	4:10	7:34	9:00
الثلاثاء	23	28	3:58	5:32	12:36	4:16	7:44	9:14	الاثنين	8	13	4:16	5:40	12:35	4:09	7:34	9:01
الاربعاء	24	29	3:57	5:32	12:36	4:16	7:44	9:15	الثلاثاء	9	14	4:16	5:39	12:35	4:08	7:35	9:02
الخميس	25	30	3:57	5:31	12:36	4:16	7:45	9:15	الاربعاء	10	15	4:16	5:38	12:35	4:07	7:36	9:03
الجمعة	26	31	3:56	5:31	12:36	4:17	7:45	9:16	الخميس	11	16	4:16	5:38	12:35	4:06	7:36	9:04
السبت	27	1 يولي	3:56	5:31	12:36	4:17	7:46	9:17	الجمعة	12	17	4:16	5:37	12:35	4:06	7:37	9:04
الاحد	28	2	3:55	5:31	12:37	4:17	7:46	9:17	السبت	13	18	4:16	5:37	12:35	4:05	7:37	9:05
الاثنين	29	3	3:55	5:30	12:37	4:17	7:47	9:18	الاحد	14	19	4:16	5:36	12:35	4:04	7:38	9:06
الثلاثاء	30	4	3:55	5:30	12:37	4:17	7:48	9:19	الاثنين	15	20	4:16	5:35	12:35	4:03	7:39	9:07

صورة (4-33) تصميم الوجه الثاني لبرنامج رمضان



صورة (4-34) تنفيذ تصميم الوجه الاول لبرنامج رمضان



صورة (4-35) تنفيذ تصميم الوجه الثاني لبرنامج رمضان

4.6 تطبيق المغلفات packaging

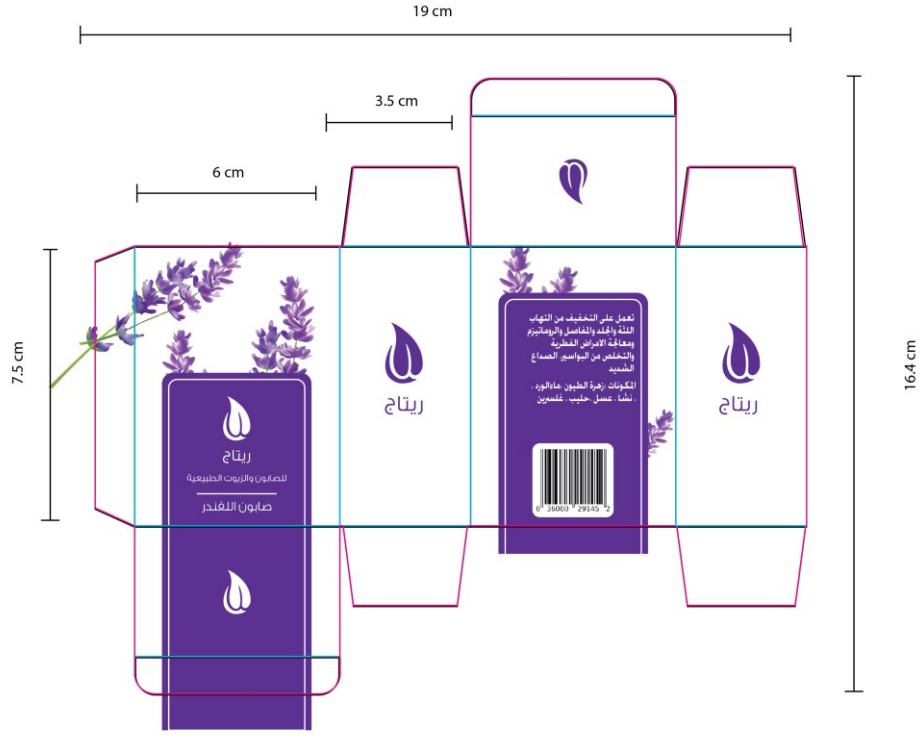
4.6.1 صور المنتجات التي تم تصميمها



صورة (4-36) مخطط وتصميم منتج صابون القهوة



صورة (4-37) علبة منتج صابون القهوة



صورة (38-4) مخطط وتصميم منتج صابون اللقدار



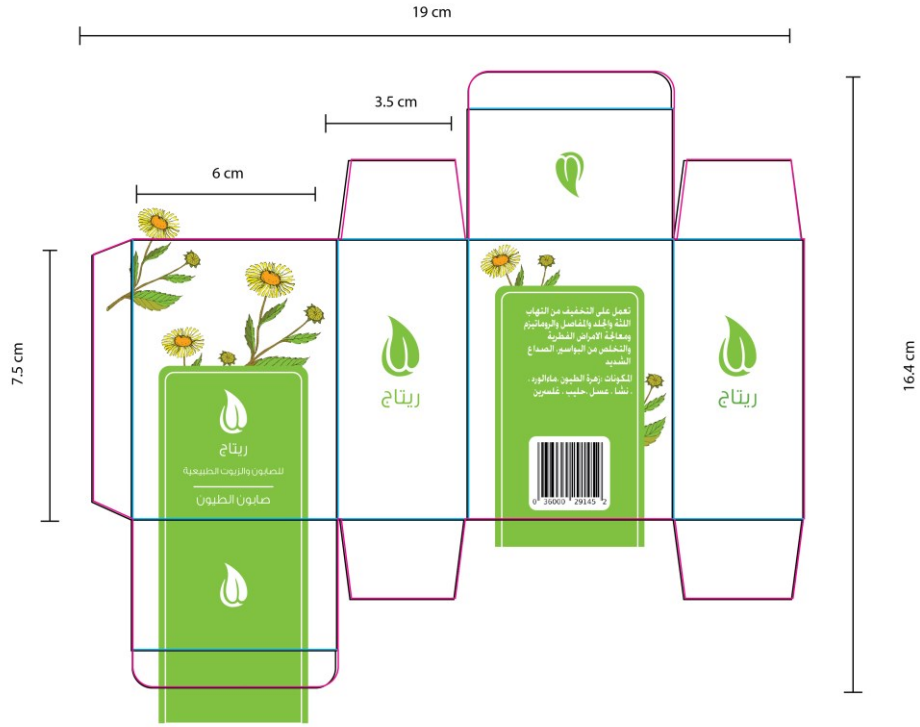
صورة (39-4) علبة منتج صابون اللقدار



صورة (4-40) مخطط وتصميم منتج صابون البرتقال



صورة (4-41) علبة منتج صابون البرتقال



صورة (4-42) مخطط وتصميم منتج صابون الطيون



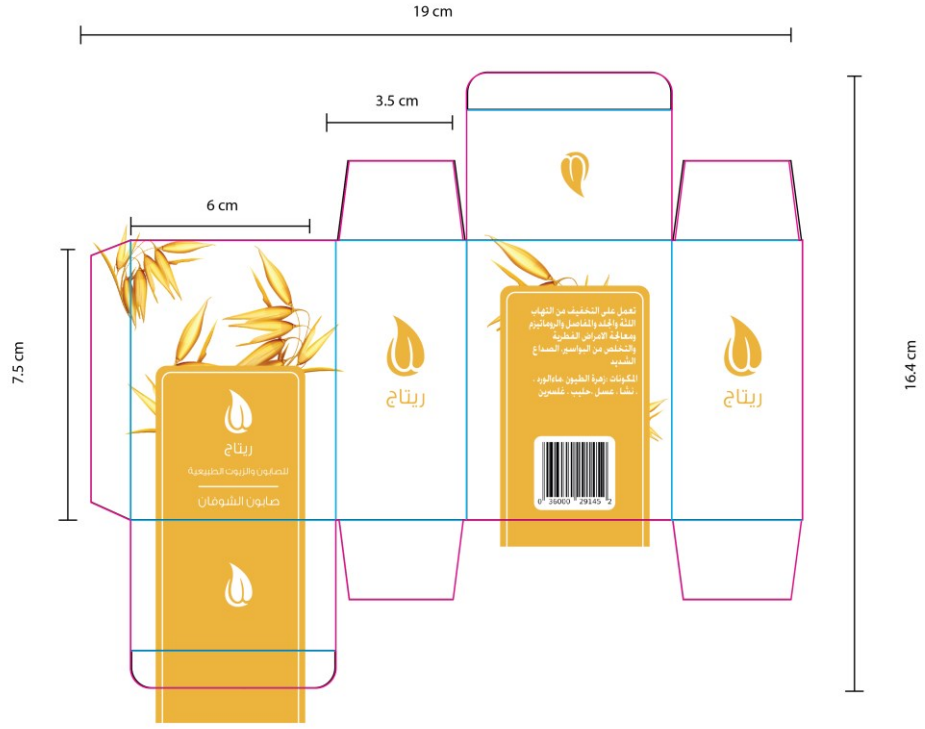
صورة (4-43) علبة منتج صابون الطيون



صورة (4-44) مخطط وتصميم منتج صابون البقدونس



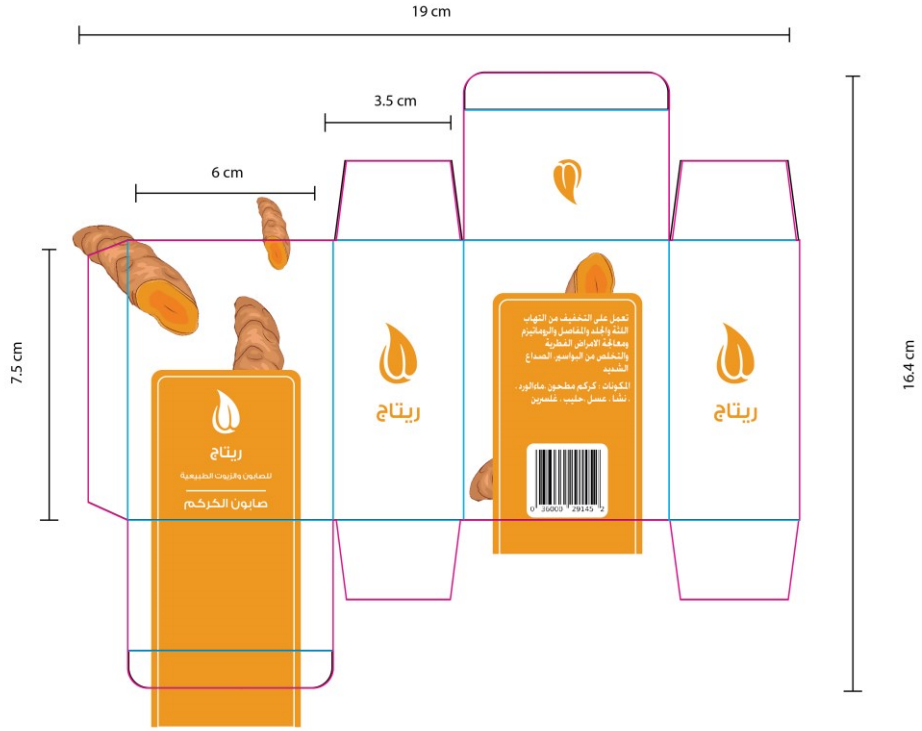
صورة (4-45) علبة منتج صابون البقدونس



صورة (4-46) مخطط وتصميم منتج صابون الشوفان



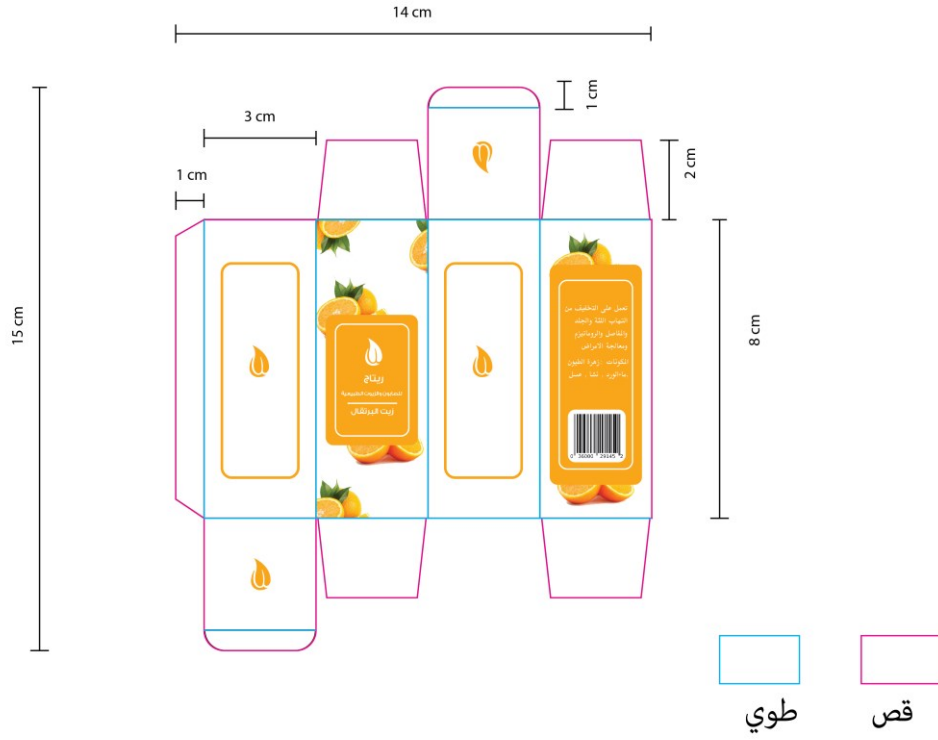
صورة (4-47) علبة منتج صابون الشوفان



صورة (4-48) مخطط وتصميم منتج صابون الكركم



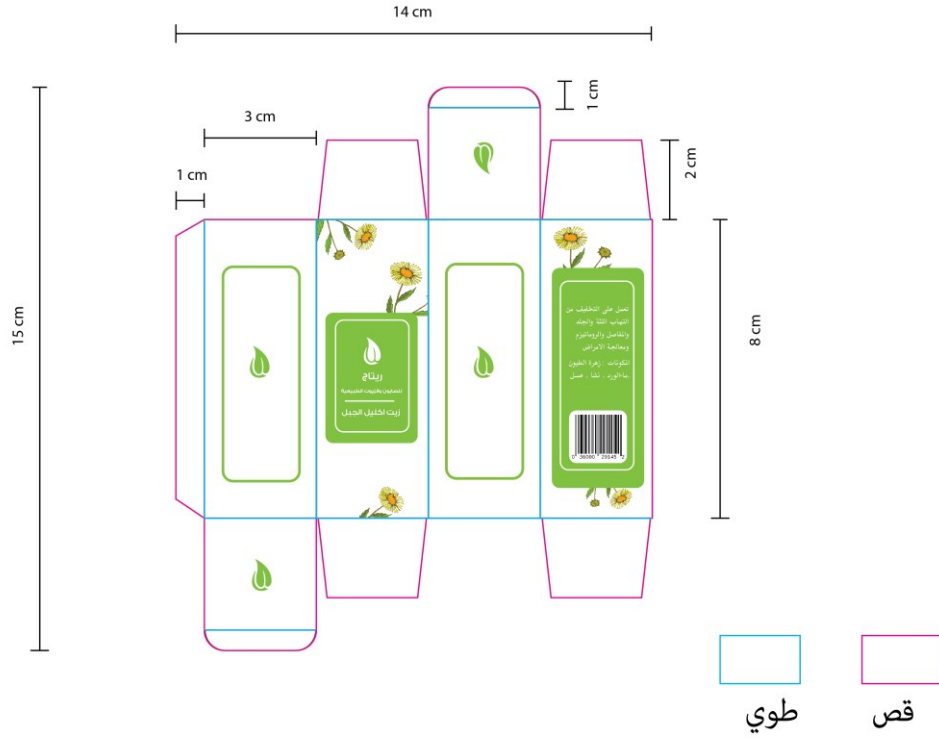
صورة (4-49) علبة منتج صابون الكركم



صورة (4-50) مخطط وتصميم منتج زيت البرتقال



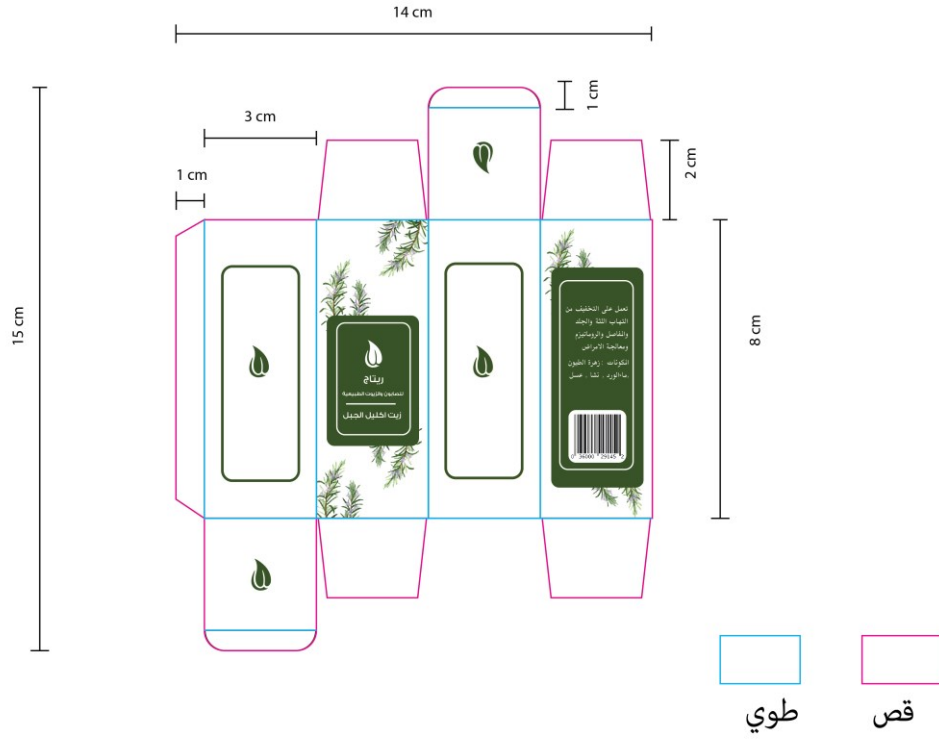
صورة (4-51) علبة منتج زيت البرتقال



صورة (4-52) مخطط وتصميم منتج زيت الطيبون



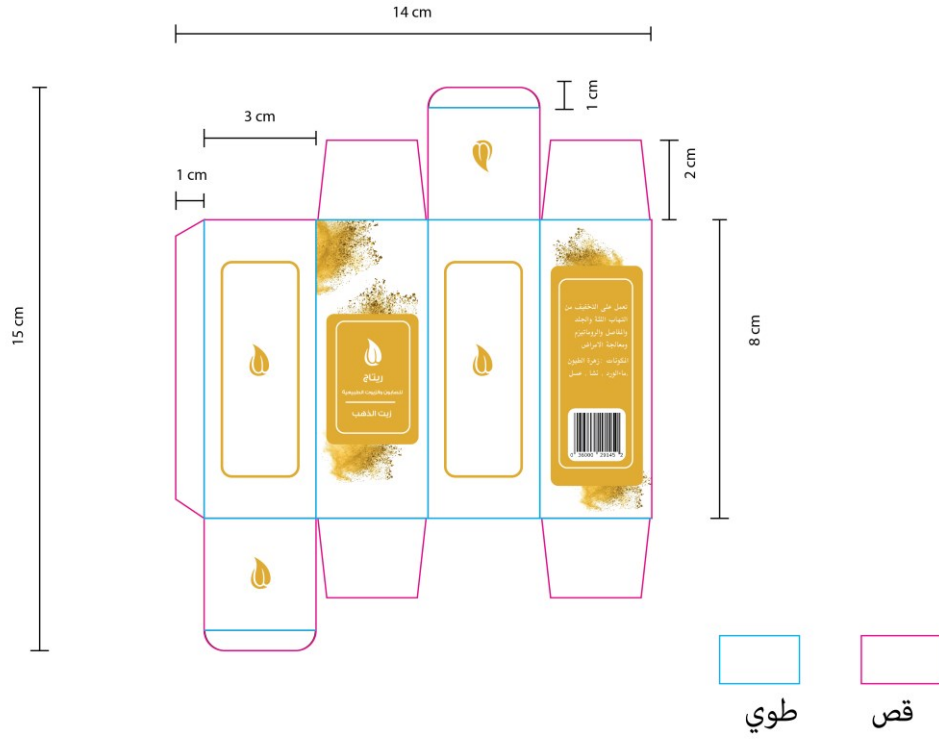
صورة (4-53) علبة منتج زيت الطيبون



صورة (4-54) مخطط وتصميم منتج زيت اكليل الجبل



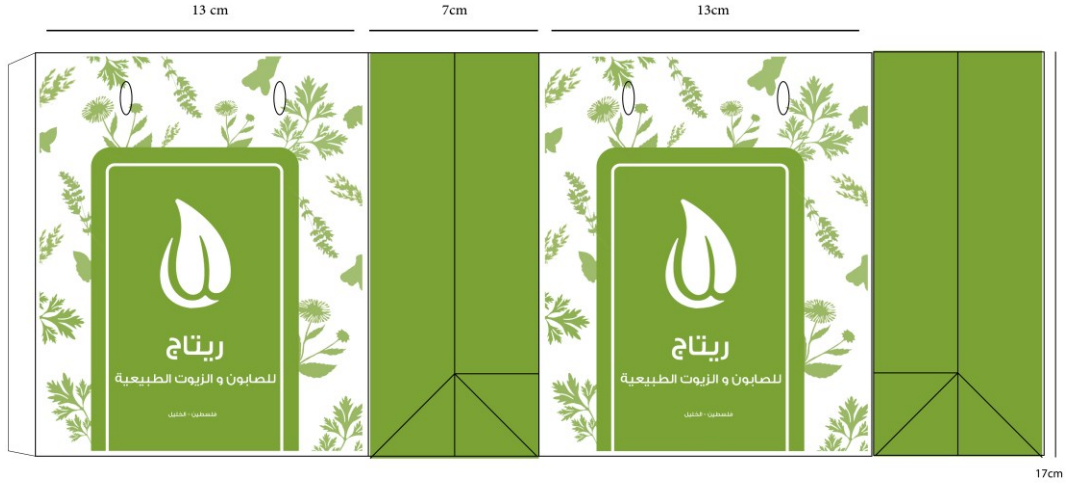
صورة (4-55) علبة منتج زيت اكليل الجبل



صورة (4-56) مخطط وتصميم منتج زيت الذهب



صورة (4-57) علبة منتج زيت الذهب



صورة (4-58) مخطط وتصميم الكيس



صورة (4-59) تنفيذ الكيس

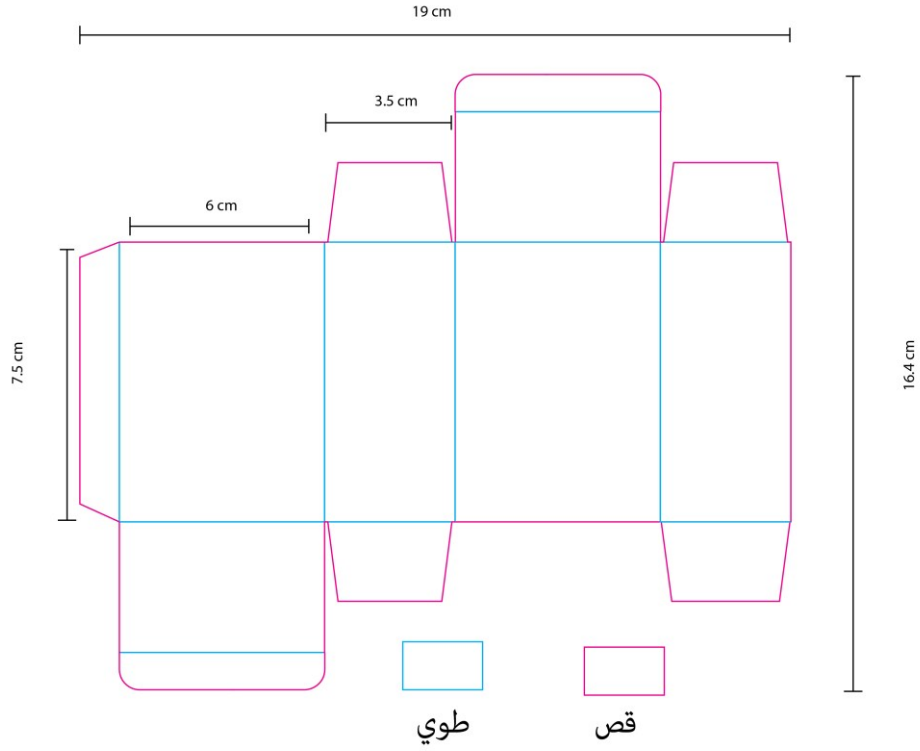


صورة (4-60) تصاميم البوث مع القياسات

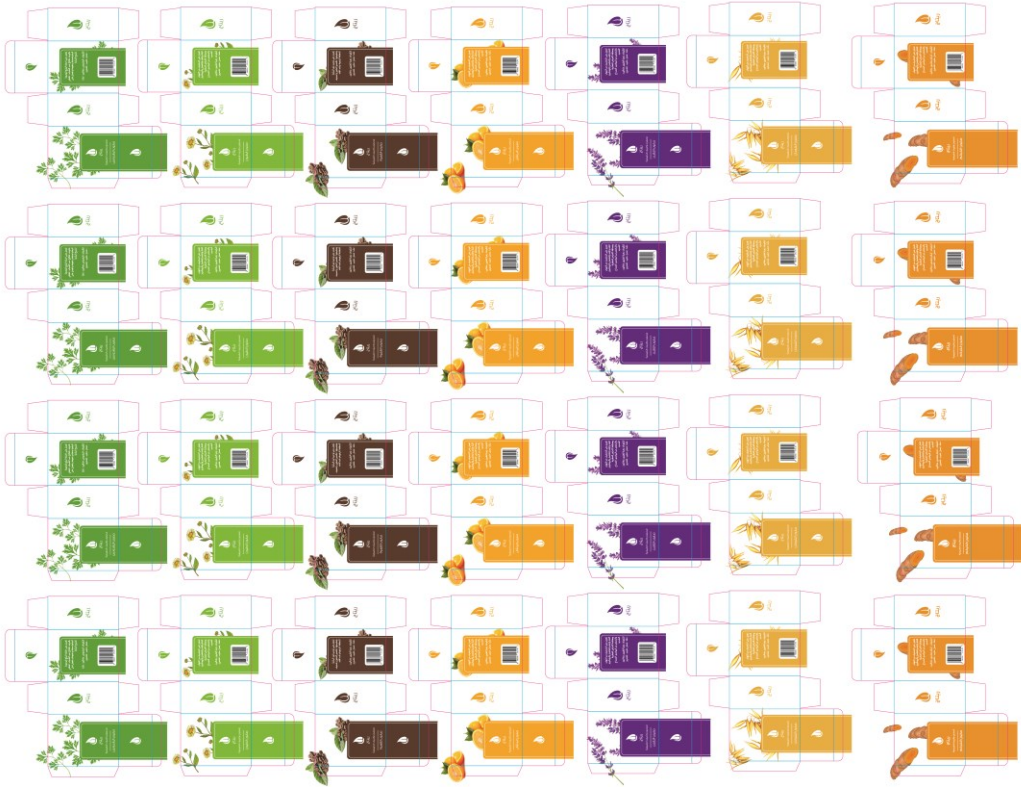


صورة (4-61) تنفيذ البوث

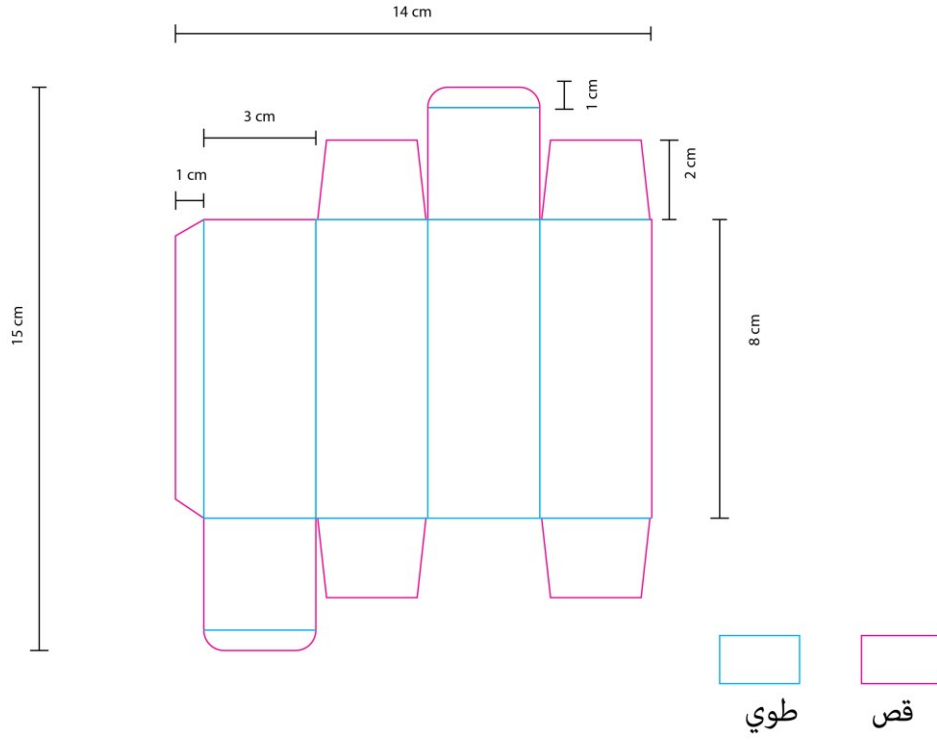
4.6.2 قالب طباعة للمغلفات



صورة (4-62) مخطط علبة الصابون



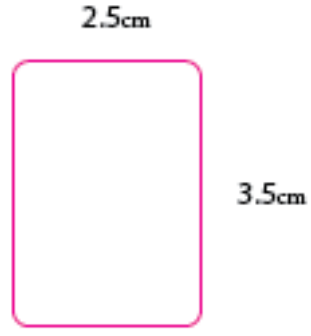
صورة (4-63) توزيع علبة الصابون على طبق A4



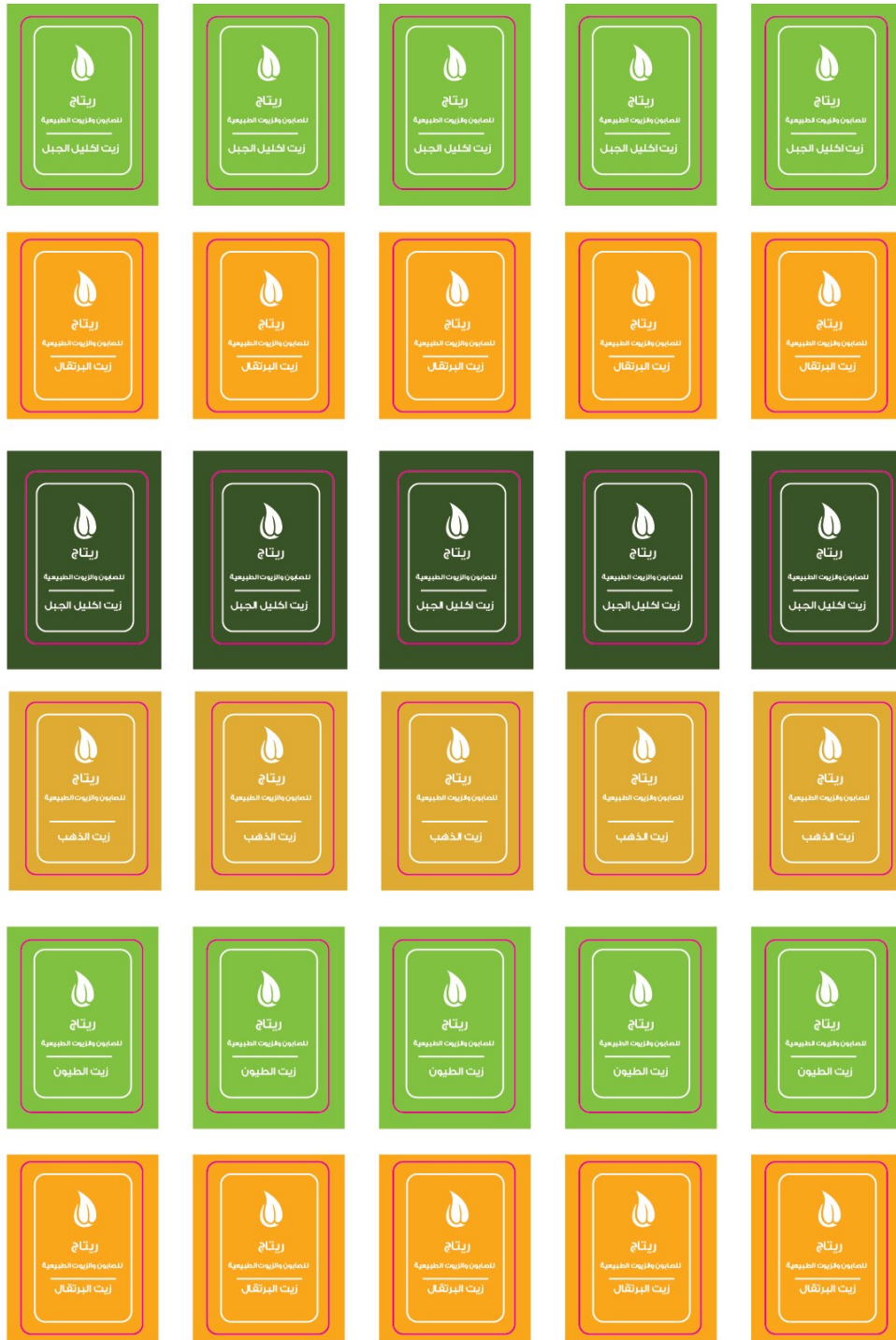
صورة (4-64) مخطط علبة الزيت



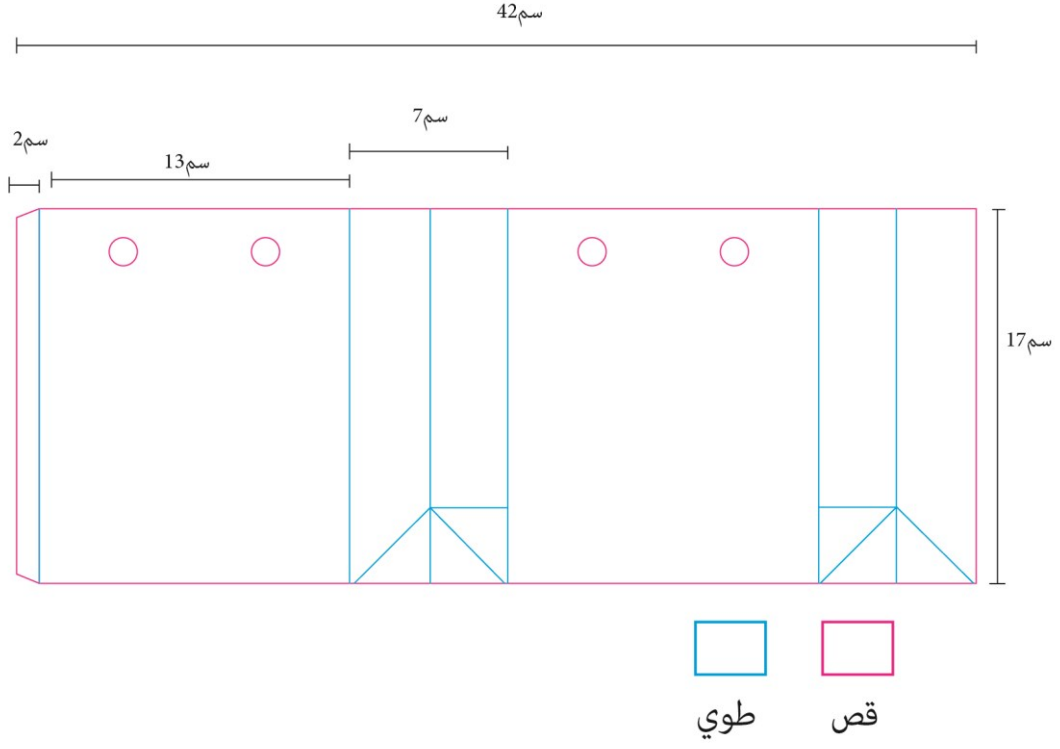
صورة (4-65) توزيع علبة الزيت على طبق A4



صورة (4-66) مخطط الليل



صورة (67-4) توزيع الليبل على ورقة A4



صورة (4-68) مخطط الكيس

2.7 الحملة الاعلانية في مواقع التواصل الاجتماعي

الهدف: زيادة نسبة متابعين ومعجبين الصفحة من اجل زيادة الوعي بالعلامة التجارية
الصورة الذهنية: منتجات من صابون والزيوت طبيعية للعناية بالبشرة
القنوات المستخدمة: فيسبوك وانستجرام

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The main table lists campaign objectives:

الوعي	الاهتمام	التحويل
الوعي بالعلامة التجارية	الزيارات	عمليات التحويل
الرسول	الفاعل	مبيعات الكتالوج
	عمليات تثبيت التطبيق	زيارات المتجر
	مشاهدات الفيديو	
	تجميع بيانات العملاء المحتملين	
	الرسائل	

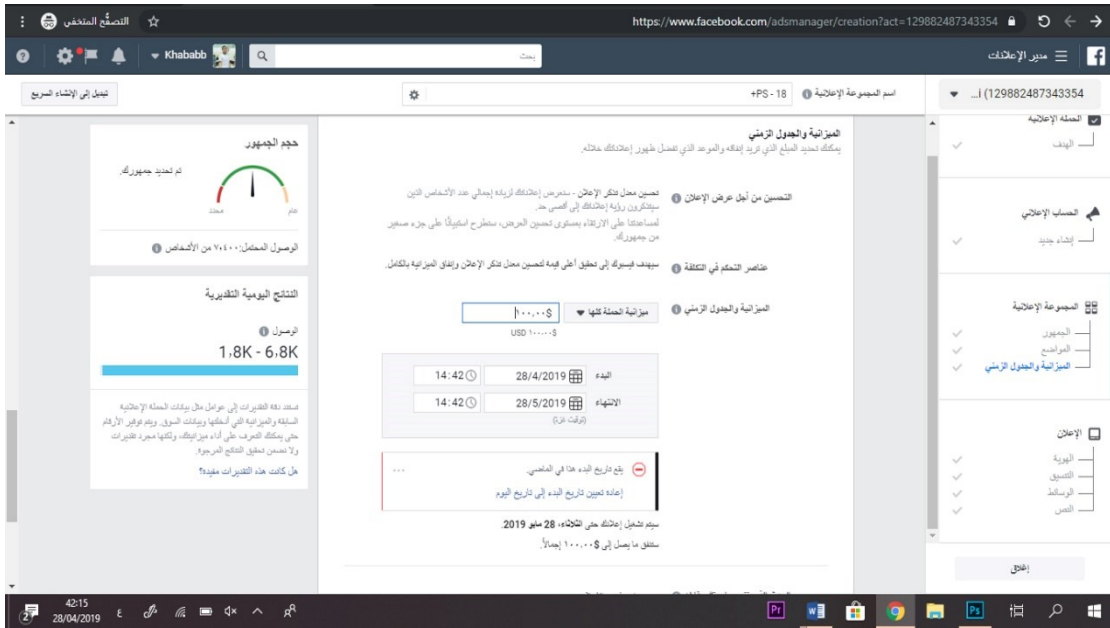
On the right sidebar, the 'الحملة الاعلانية' (Campaign Objective) is set to 'الهدف' (Objective). The 'المجموعة الاعلانية' (Ad Set) is set to 'الجمهور' (Audience).

The screenshot shows the audience targeting details for the campaign. The audience is defined as 'West Bank (+37) Hebron (ك)'. The targeting criteria are:

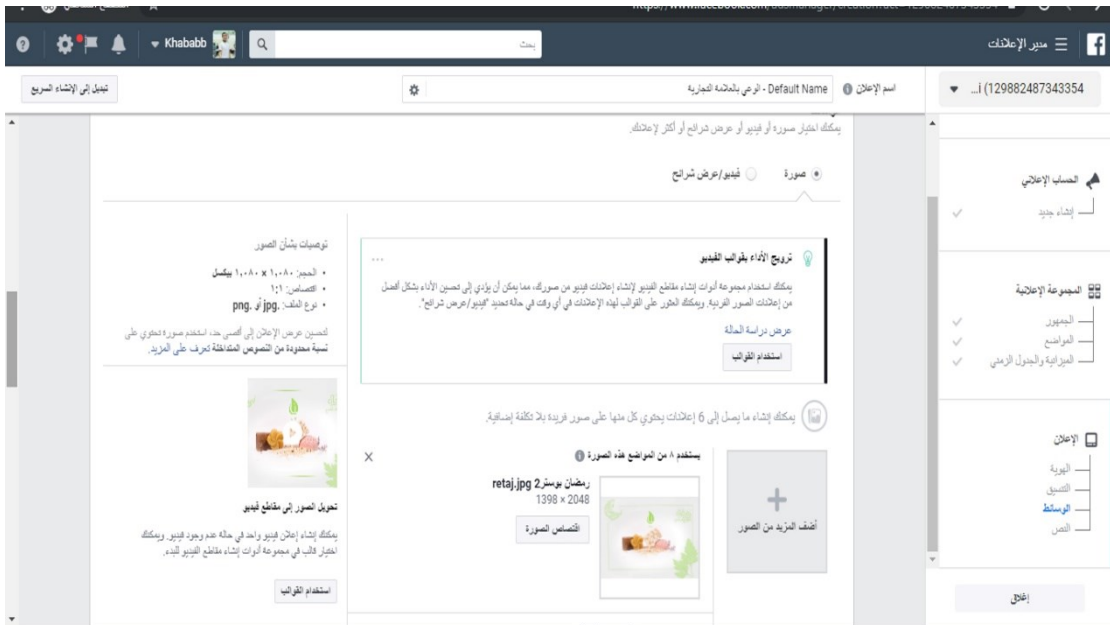
- الموقع: West Bank (+37) Hebron (ك)
- العمر: 55 - 16
- الأشخاص الذين يتوافقون مع: المستوى التعليمي: خرج من مدرسة ثانوية 2018-2022
- توسيع نطاق الاهتمامات: متوقف

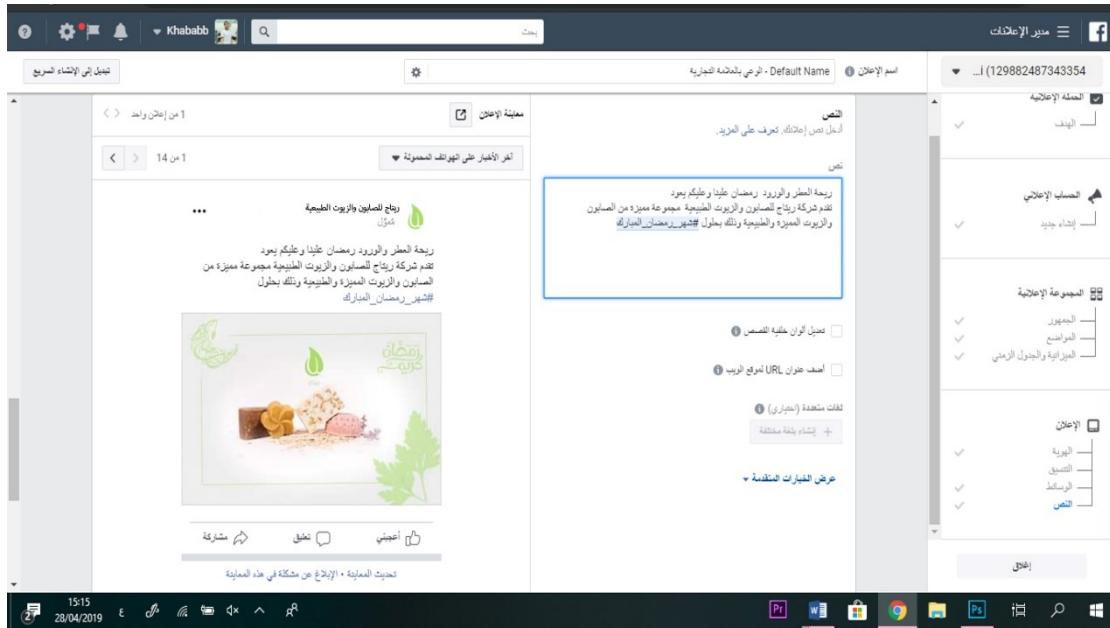
The audience size is 35,450,321,129. The targeting is set to 'كل من في هذا الموقع' (All in this location). The location is 'Hebron, West Bank'. The targeting is set to 'الرجال' (Men) and 'المرأة' (Women).

تم استهداف مناطق الضفة وبشكل مركز مناطق الخليل وقراها وفئة عمرية من عمر 16 الى عمر 55 سنة



تكلفة الحملة 100 دولار وتبدأ من تاريخ 4/28 وتنتهي ب5/28





تم اختيار مناسبة قدوم شهر رمضان لذلك تم مراعاة تلك مناسبة في تصميم وكتابة الوصف

2.8 تصميم موقع الالكتروني

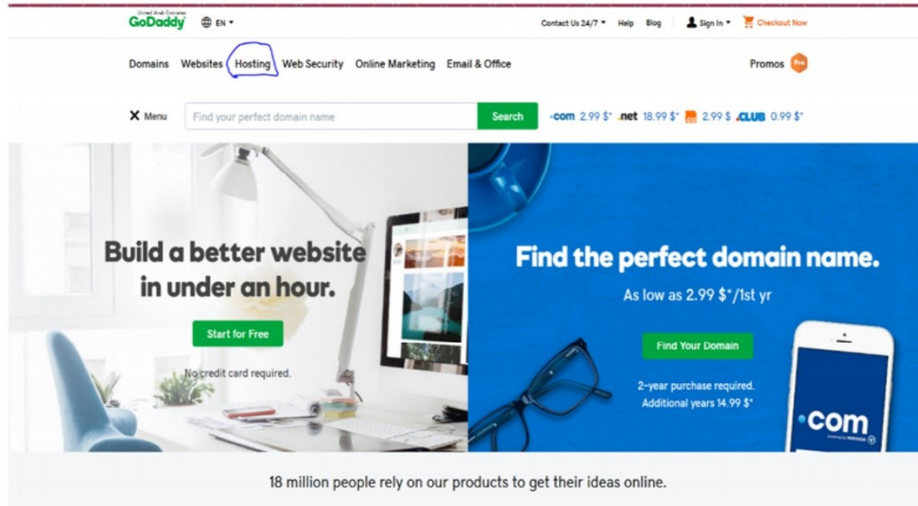
2.8.1 خطوات حجز الموقع الالكتروني

سيتم حجز مكان استضافة في السيرفير من موقع GoDaddy من اجل الموقع وشراء اسم نطاق له يميزه عن الاخرين حسب الخطوات التالية :

(1) الذهاب لموقع GoDaddy

بحيث ان موقع GoDaddy يعتبر من اكبر مواقع حجز الاستضافة على الانترنت حول العالم

(2) اختيار حجز (hosting) من القائمة الرئيسية



- (3) اختيار ايقونة (web hosting) بحيث ان الموقع يقدم خصومات على حجز الاتضافة
- (4) عمل حساب على الموقع

[Continue with Facebook](#)

or

Email
omaruni36@gmail.com

Username
omaruni36

Password [Show](#)
.....

Support PIN

- ✓ Be exactly 4 numbers
- ✓ Not be single, repeated digit
- ✓ Use non-sequential digits

You need this PIN when you contact Support.

I want to receive personalized offers

- (5) اختيار حجز للموقع اقتصادي (Economy)

You've added Economy Hosting Plan

Select plan	
<input checked="" type="radio"/> Economy \$ 7.99/mo	
1 Website 100 GB Storage Unmetered Bandwidth	
<input type="radio"/> Deluxe \$ 10.99/mo	
Unlimited Websites Unlimited Storage Unmetered Bandwidth	
<input type="radio"/> Ultimate \$ 16.99/mo	
Unlimited Websites Premium DNS Free SSL certificate for 1 year	
<input type="radio"/> Maximum \$ 24.99/mo	
Unlimited Websites 2x Faster Memory Load 2x Maximum Site Traffic Free SSL certificate for full term	

Order summary	
Economy Linux Hosting with cPanel	\$ 95.88 12 months
Total	\$ 95.88
Term lengths adjustable prior to checkout.	
Scroll down to continue to cart	

- (6) اختيار مدة حجز (12 شهر)

Select term length

Lock in your savings with a multi-year term.

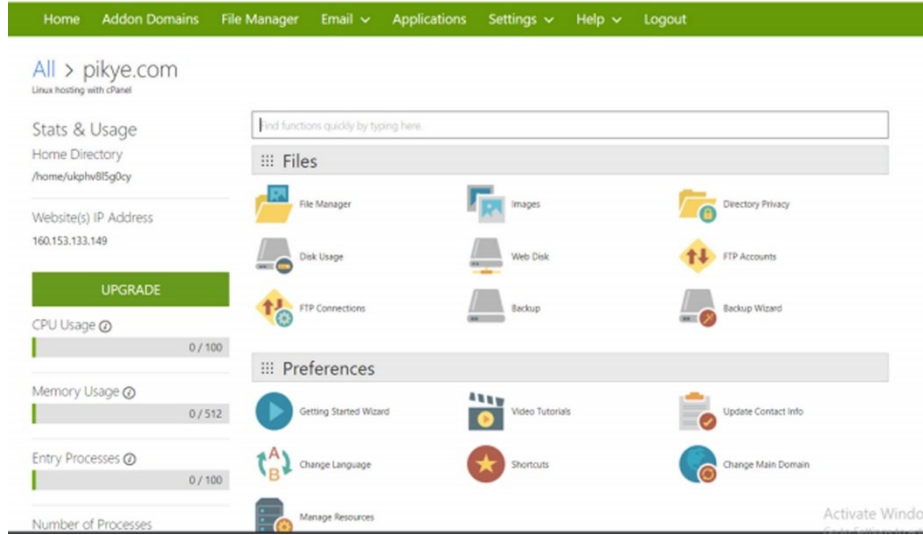
<input type="radio"/>	3 months	\$ 7.99/mo
<input checked="" type="radio"/>	12 months	\$ 7.99/mo
<input type="radio"/>	24 months	\$ 7.99/mo
<input type="radio"/>	36 months	\$ 7.99/mo

(7) نافذة تحديد المطالب وسعر

Your Items

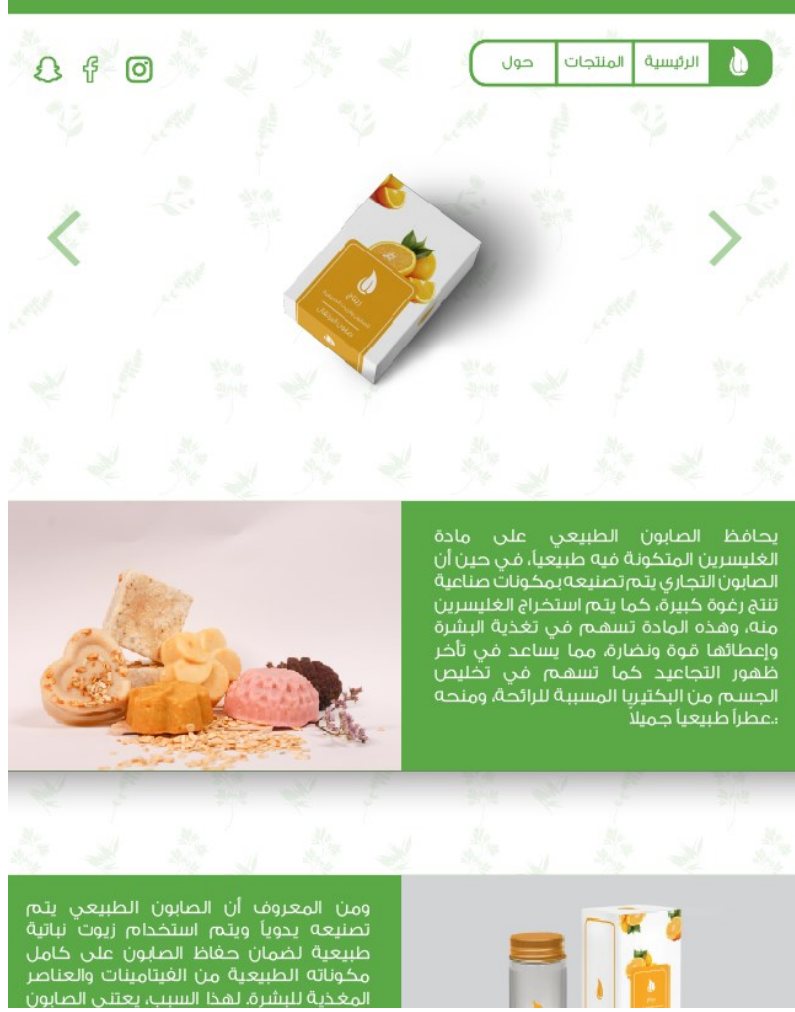
<p>Economy Linux Hosting with cPanel</p> <p>12 Months</p> <p>Renews at ₪ 29.00/mo</p>	<p>₪ 216.00</p> <p>37% off</p>
<p>.NET Domain Registration</p> <p>plkye.net</p> <p>1 Year</p> <p>Renews at ₪ 65.00/yr</p>	<p>₪ 0.00</p>
<p>Just a reminder</p> <p>Your information will be public ?</p>	<p>Domain privacy</p> <p>₪ 33.99/yr per domain</p> <p>₪ 41.99</p> <p>Add</p>
<p>View offer disclaimers</p>	<p>Empty Cart</p>
<p>Subtotal</p> <p>Taxes & Fees</p> <p>Have a promo code?</p>	<p>₪ 216.00</p> <p>₪ 0.75</p>
<p>Total</p>	<p>₪ 216.75</p>

(8) لوحة تحكم (Cpanel)



4.8.2 تطبيق صفحة الموقع الإلكتروني

تم بناء صفحة الموقع الإلكتروني عن طريق عمل تصميم للواجهة الرئيسية على برامج التصميم الثابت ومن ثم برمجتها وتحويلها الى صفحة الكترونية وتنسيقها لتكون جاهزة للاستخدام بعد رفعها على الانترنت.



صورة (30-4) الموقع الإلكتروني

4.9 إرشادات الاستخدام

في هذا المشروع يوجد هناك عدد من الإرشادات وذلك لمشاهدة الملفات النهائية والتعرف عليها حيث تشمل هذه الإرشادات ما يلي:

1. تعمل ملفات التصميم المطبوعة (الثابتة) التي تم إنتاجها في هذا المشروع على أنظمة التشغيل (Windows and Mac) وذلك عن طريق عرض صور التصميم المطبوعة عن طريق برامج عرض الصور.
2. تعمل ملفات التصميم المتحركة (المرئية) التي تم إنتاجها في هذا المشروع على أنظمة تشغيل مختلفة (Windows and Mac) وذلك عن طريق برامج عرض الفيديو المختلفة.
3. يتم تشغيل المشروع من خلال CD عن طريق جهاز الحاسوب حيث يتم تصدير الصيغ النهائية من التصميم المتحركة بصيغ تعمل على نظام (PAL) والنظام التلفزيوني المستخدم في الشرق الأوسط وأوروبا بمعدل عرض 25Frame في الثانية الواحدة .

4.10 الإختبار والتقييم

4.10.1 الإختبار قبل تطوير المشروع .

في البداية كان لابد لنا من الاطلاع على العديد من المشاريع والأفكار الأخرى التي كانت قريبة من المشروع والذي تم العمل عليه حتى تم التوصل لفكرة المشروع.

بعد أن تم الاتفاق على الفكرة وتم طرحها على مشرف المشروع للحصول على موافقته، فيما بعد عملنا على جمع الاحصائيات عن الشركة وقمنا بزيارتها للحصول على معلومات أكثر عن منتجاتها وكيفية البدء بالمشروع وفي بداية المشروع قمنا بتصميم عدة شعارات حتى الوصول الى الشعار النهائي وبعدها مواكبة العمل في التصاميم الأخرى .

4.10.2 الإختبار أثناء تطوير المشروع.

بعد الانتهاء من تصميم الشعار واستخدامه في التصاميم المطبوعة المختلفة، قمنا بفحص والتأكد من كل تصميم قبل الانتقال للتصميم الآخر، وأيضاً أخذ رأي المدرسين بعين الاعتبار والسير على توجيهاتهم البناءة لنا.

ثم يتم عرض ما ينجزه فريق العمل على المشرف لتقييم العمل، والتأكد من صحة سير الخطة الموضوعية للمشروع.

4.10.3 فحص المشروع

تم اجراء الفحص على المطبوعات، حيث تم التدقيق في الخطوط والأشكال وكل خصائص التصميم وشكله العام، ومراجعة كل جزئيات التصميم، كما قمنا بطباعة عينات عن المشروع من أجل فحص اللون والمظهر العام بعد الطباعة، حيث كانت النتائج كما هي متوقعة.

قمنا أيضاً بفحص الفيديو، ومراجعة لقطاته من حيث الأنسب والأهم، وتناسق الصوت مع الفيديو بالإضافة الى فحص التصميم بأبعاده الثلاثية، لفحص النتائج ومدى تلائمها مع النتائج المطلوبة.

4.11 النتائج والتوصيات

4.11.1 تحقيق الأهداف

بعد انتهاء المشروع بالشكل النهائي والصيغ النهائية للحملة الإعلانية بشقيها الثابت والمتحرك تم عرض المشروع على بعض الأفراد من الجنسين من أجل الحصول على انطباعهم وبعض ملاحظاتهم في ائصال فكرة المشروع الإعلانية والترويجية وذلك من خلال التصاميم المنفذة ووضعها على صفحة الفيس بوك بعد الانتهاء من عمل هذه التصاميم، حيث أن الفكرة الرئيسية للمشروع بدت ظاهرة وواضحة ومفهومة للجميع

على اختلاف أعمارهم وجنسهم, ومن خلال ذلك نكون قد أوصلنا الفكرة الرئيسية والهدف الرئيسي من هذا المشروع

4.11.2 النتائج

- بعد الانتهاء من المشروع والحمد لله ، تم التوصل الى نتائج عدة منها :
1. توظيف ما تعلمناه في مجالات التخصص في المشروع
 2. القدرة على انشاء مشروع متكامل من خلال الخبرة في ممارسة البرامج التي تم تعلمها من التخصص
 3. العمل ضمن الفريق يجعل مرونة في عملية تنفيذ المشروع

4.11.3 التوصيات المستقبلية

- نوصي بتنفيذ المشروع والاستفادة من التصاميم والاعلانات التي تم اعدادها .
- البحث اكثر والممارسة اكثر فأكثر في عملية الانتاج والتصميم.

خاتمة
تم بحمد الله