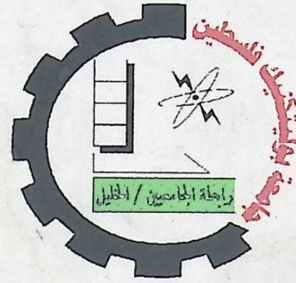


بسم الله الرحمن الرحيم  
جامعة بوليتكنك فلسطين  
كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات  
دائرة تكنولوجيا المعلومات



## حملة اعلانية لشركة افتراضية بعنوان "Sama Cosmatics"

فريق العمل:

مسلم محمد نبيروخ

صالح جمال خجيل

صفوت البابا

صلاح ابو ريان

اشراف : أ.محمد نادر الفلاح - أ.شادي الرجبي

قدم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات التخرج لدرجة البكالوريوس في تخصص الجرافيكس

في جامعة بوليتكنك فلسطين

2011

## ملخص المشروع :

بناء حملة إعلانية لشركة افتراضية تعمل في مجال مستحضرات التجميل تحت اسم مقترح وهو " SAMA COSMATICS", مع التركيز على منتج معين وهو "Mascara", حيث سيقوم فريق العمل بتصميم هذه الحملة على شكلين ثابت ومتحرك .

## الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

( وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون )

صدق الله العظيم

ربنا لا علم لنا إلا ما علمتنا ... ربنا إننا لا نرجو إلا رضائك وحسن التوفيق ... ربنا يا هادينا

يا من ترعى عبادك ... وبطاعتك ورضاك نحقق أمانينا

...

نهدي عملنا هذا إلى رسولنا الصادق الأمين ... إلى اشرف الخلق والمرسلين

إلى قدوتنا وعزيتنا ... إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة

محمد صلى الله عليه وسلم أفضل تسليم

...

إلى الشموع التي حرقت وتحرق نفسها طوعا وحباً ... إلى الأحضان الدافئة

إلى نبع الشفاء والحنان ... إلى من باتت الجنة تحت أقدامهن ... إلى رائحة التراب

إليك أُمي

...

إلى من عانق ظلّه طفولتي ... إلى من بيات همي زائلاً برؤيته ونصحه

إلى من سهر الليالي ووصل ليله بالنهار ... لمن صنع لي ذاتا ووهبني عزة ووقار

إلى والدي الطيب

...

إلى أجزاء كبدي ... للهمسات الحنونة ... إلى الذكريات ... إلى الطفولة

لمن كبرت بمرح ولعب معهم ... لمن ينصرني ظالما ومظلوما ... إلى وجه القمر

إلى إخوتي

إلى روح الصداقة ... إلى الأخ الذي لم تلده أُمي ... لمن يشكي لي همه ... واشكي له همي

إلى الصديق

...

إلى الأرض للقضية ... إلى التاريخ وعبق الثورة ... أولى القبليتين وثالث الحرمين الشريفين أرض الإسراء

والمعراج

بلادي فلسطين

...

إلى جامعتنا الكريمة والعريقة ... إلى الهيئة الإدارية والتدريسية ... لمن عملوا على تطوير الفكر والإبداع

جامعة بوليتكنك فلسطين

## شكر وتقدير

إننا في هذا العمل نحصد ما زرعناه طوال أعوام عديدة ... وفي هذا العمل الأخير لنا في هذه الجامعة التي قضينا فيها أجمل الأوقات واللحظات . لا بد لنا أن نرسل التحية والشكر والتقدير العميق إلى أساتذتنا الأفاضل والكرام

لمن نقلوا لنا رسالة العلم والنور ... إلى من قال عنهم الشاعر احمد شوقي

قم للمعلم وفه التبجيلا كاد المعلم أن يكون رسولا

إلى من وضعونا على أول الطريق للعلم والعمل

لجميع المدرسين والأساتذة الكرام في هذه الجامعة العريقة

وعن سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام أنه قال :

( إذا مات ابن ادم انقطع عمله إلا من ثلاث صدقة جارية أو علم ينتفع به أو ولد صالح يدعو له )

...

كما نخص بالشكر والتقدير

مشرفي مشروعنا الأستاذ القدير محمد نادر الفلاح والأستاذ شادي الرجبي الذين تابعوا مراحل العمل كافة في

هذا المشروع ولم يبخلوا علينا بالنصح والإرشاد والإشراف

إلى من منحونا جهدهم وعلمهم لكي نصل إلى أفضل النتائج في مشروعنا هذا

كما نشكر جميع من دعمنا وساعدنا على إتمام هذا المشروع سواء بالرأي والأفكار والنقد والنصح والأذواق الفنية

ونشكر أيضا

الدكتور إسماعيل الرومي رئيس دائرة تكنولوجيا المعلومات

والأخ عبد الحفيظ النجار .

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
II	ملخص المشروع
III	الاهداء
V	شكر وتقدير
VI	فهرس المحتويات
IX	فهرس الأشكال
X	فهرس الصور
XIII	فهرس الجداول
14	الفصل الأول: المقدمة
15	1.1 موضوع المشروع
16	1.2 أهداف المشروع
16	1.3 الإبداع في المشروع
17	1.4 الفئة المستهدفة
17	1.5 فريق العمل "التطوير"
18	1.6 المهام موزعة على الجدول الزمني
19	الفصل الثاني: متطلبات المشروع
20	2.1 تفصيل المشروع
22	2.2 متطلبات المشروع التطويرية
22	2.2.1 متطلبات مادية
23	2.2.2 متطلبات بشرية
24	2.2.3 متطلبات برمجية تطويرية
25	2.2.4 تكاليف المشروع التطويرية

25	2.3 متطلبات المشروع التشغيلية
25	2.3.1 متطلبات مادية
26	2.4 التقنيات المستخدمة
26	2.5 المخاطر والمحددات والتحديات
28	2.6 آلية التسليم
29	الفصل الثالث: التصميم
30	3.1 اختيار العناصر الأساسية للمنتج
30	3.1.1 الاسم
30	3.1.2 الشعار
31	3.1.3 الألوان
32	3.1.4 شكل العبوة
33	3.2 شرح مفصل لانواع التصاميم المطبوعة (الثابتة)
43	3.3 شرح مفصل لانواع التوصاميم المرئية (المتحركة)
44	3.3.1 اعلان الفيديو التلفزيوني (تقنية الكروما)
45	3.3.2 اعلانات البرومو
46	3.4 صفحة الموقع الإلكتروني
47	3.5 تحليل مفصل للأدوات والبرامج التي ستستخدم
47	3.5.1 تحليل الأدوات التي ستستخدم
47	3.5.2 تحليل البرامج التي ستستخدم في التصميم المطبوع (الثابت)
50	3.5.3 تحليل البرامج التي ستستخدم في التصميم المرئي (المتحرك)
54	الفصل الرابع: التطبيق والفحص
55	4.1 تطبيق التصاميم المطبوعة (الثابتة)
55	4.1.1 البرامج المستخدمة في تطبيق التصاميم المطبوعة

59	4.1.2 التصاميم المطبوعة النهائية
89	4.2 تطبيق التصاميم المرئية (المتحركة)
89	4.2.1 البرامج المستخدمة في تطبيق التصاميم المرئية
93	4.2.2 التصاميم المرئية النهائية
94	4.3 تطبيق صفحة الموقع الإلكتروني
94	4.4 فحص المشروع
95	4.5 إرشادات الإستخدام
96	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
97	5.1 تحقيق الأهداف
97	5.2 الإنطباع والنصائح حول البرامج المستخدمة وبيئة التطوير
98	5.3 تنزيرات مستقبلية
99	5.4 الملحقات
99	الحملة الإعلانية للمشروع
102	سيناريو اعلان الفيديو التلفزيوني
104	Story Bord لإعلان الـ 3D

## فهرس الأشكال

الصفحة	الموضوع
18	جدول 1: المخطط الزمني المقترح والتنفيذي
22	جدول 2: متطلبات مادية
23	جدول 3: متطلبات بشرية
24	جدول 4: التكاليف البرمجية التطويرية
25	جدول 5: تكاليف متطلبات المشروع التطويرية
25	جدول 6: متطلبات مادية وبرمجية
35	شكل 3-7: رسم بياني عرضي
36	شكل 3-8: رسم بياني شعاعي
37	شكل 3-9: رسم بياني (1) Billboard
38	شكل 3-10: رسم بياني Folder
39	شكل 3-11: رسم بياني لتخطيط الألية (1)
39	شكل 3-12: رسم بياني لتخطيط الألية
40	شكل 3-13: رسم بياني لتخطيط الألية
41	شكل 3-14: رسم بياني الألية المقترحة
41	شكل 3-15: رسم بياني لتخطيط الألية
43	شكل 3-16: رسم بياني لتعداد العرض

## فهرس الأشكال

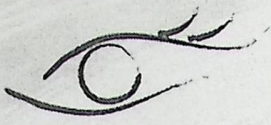
الصفحة	الموضوع
30	شكل 3.1 رسم يدوي لأجد الشعارات المقترحة الأولية
31	شكل 3.2 رسم يدوي للشعار النهائي
32	شكل 3.3 رسم يدوي لأحد تصاميم العبوات المقترحة
33	شكل 3.4 رسم يدوي للعبوة النهائية
34	شكل 3.5 رسم يدوي للكروت الوجه الأول
34	شكل 3.6 رسم يدوي للكروت الوجه الثاني
35	شكل 3.7 رسم يدوي للبوستر
36	شكل 3.8 رسم يدوي للستاند
37	شكل 3.9 رسم يدوي (1 Billboard)
38	شكل 3.10 رسم يدوي Folder
39	شكل 3.11 رسم يدوي للحقيبة الأولية (1)
39	شكل 3.12 رسم يدوي للحقيبة النهائية
40	شكل 3.13 رسم يدوي لمخطط الحقيبة النهائية
41	شكل 3.14 رسم يدوي الأولية المقترحة
41	شكل 3.15 رسم يدوي لمخطط العلبة النهائية
43	شكل 3.16 رسم يدوي لستاند العرض

## فهرس الصور

الصفحة	الموضوع
55	صورة 4.1 تصميم منفذ على برنامج Adobe Photoshop cs4 me
56	صورة 4.2 تصميم منفذ على برنامج Adobe Photoshop cs4 me
56	صورة 4.3 الشعار منفذ على برنامج Adobe Illustrator Cs4 me
57	صورة 4.4 تصميم منفذ على برنامج Adobe Illustrator Cs4 me
57	صورة 4.5 تعديل الألوان منفذ على برنامج Adobe Photo lightroom 3
58	صورة 4.6 تعديل الألوان منفذ على برنامج Adobe Photo lightroom 3
58	صورة 4.7 إخراج الكتالوج منفذ على برنامج Adobe Indesign Cs4 me
59	صورة 4.8 إخراج الكتالوج منفذ على برنامج Adobe Indesign Cs4 me
59	صورة 4.9 التصميم النهائي للكروت الوجه الأول والثاني
61	صورة 4.10 التصميم النهائي للبوستر (1)
62	صورة 4.11 التصميم النهائي للبوستر (2)
63	صورة 4.12 التصميم النهائي للبوستر (3)
64	صورة 4.13 التصميم النهائي للبوستر (4)
66	صورة 4.14 التصميم النهائي لا (1 X-Stand)
67	صورة 4.15 التصميم النهائي لا (2 X-Stand)
68	صورة 4.16 التصميم النهائي لا (3 X-Stand)
69	صورة 4.17 التصميم النهائي لا (1 Billboard)
69	صورة 4.18 التصميم النهائي لا (2 Billboard)
70	صورة 4.19 التصميم النهائي للكتالوج الوجه والظهر
70	صورة 4.20 التصميم النهائي للكتالوج 1 . 2

70	صورة 4.21 التصميم النهائي للكتالوج 4 . 3
71	صورة 4.22 التصميم النهائي للكتالوج 6 . 5
71	صورة 4.23 التصميم النهائي للكتالوج 8 . 7
71	صورة 4.24 التصميم النهائي للكتالوج 10 . 9
72	صورة 4.25 التصميم النهائي للكتالوج 12 . 11
72	صورة 4.26 التصميم النهائي للكتالوج 14 . 13
72	صورة 4.27 التصميم النهائي للكتالوج 16 . 15
73	صورة 4.28 التصميم النهائي للكتالوج 18 . 17
74	صورة 4.29 التصميم النهائي لا Folder الوجه الخارجي
74	صورة 4.30 التصميم النهائي لا Folder الوجه الداخلي
75	صورة 4.31 التصميم النهائي للحقيبة (الكيس)
76	صورة 4.32 التصميم النهائي (1 Flyer)
76	صورة 4.33 التصميم النهائي (2 Flyer)
76	صورة 4.34 التصميم النهائي (3 Flyer)
78	صورة 4.35 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (1)
78	صورة 4.36 التصميم النهائي للعبة بعد القص والتشكيل (1)
79	صورة 4.37 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (2)
79	صورة 4.38 التصميم النهائي للعبة بعد القص والتشكيل (2)
80	صورة 4.39 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (3)
80	صورة 4.40 التصميم النهائي للعبة بعد القص والتشكيل (3)
81	صورة 4.41 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (4)
81	صورة 4.42 التصميم النهائي للعبة بعد القص والتشكيل (4)

82	صورة 4.43 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (5)
82	صورة 4.44 التصميم النهائي للعبة بعد القص والتشكيل (5)
83	صورة 4.45 التصميم النهائي لـ CD
84	صورة 4.46 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (1)
85	صورة 4.47 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (2)
86	صورة 4.48 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (3)
87	صورة 4.49 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (4)
88	صورة 4.50 التصميم النهائي للمواد الدعائية (القمم)
88	صورة 4.51 التصميم النهائي للمواد الدعائية (بلايز)
88	صورة 4.52 التصميم النهائي للمواد الدعائية (ميدالية)
89	صورة 4.53 فيديو منفذ على برنامج Adobe After Effects Cs4
90	صورة 4.54 فيديو منفذ على برنامج Adobe After Effects Cs4
90	صورة 4.55 مونتاج صوت منفذ على برنامج Adobe Audition Cs4
91	صورة 4.56 مونتاج صوت منفذ على برنامج Adobe Audition Cs4
91	صورة 4.57 مونتاج فيديو منفذ على برنامج Adobe Premiere Cs4
92	صورة 4.58 مونتاج فيديو منفذ على برنامج Adobe Premiere Cs4
92	صورة 4.59 فيديو منفذ على برنامج Autodesk 3Ds Max 2011
93	صورة 4.60 بناء الموقع منفذ على برنامج Adobe Dreamweaver Cs4
94	صورة 4.61 تصميم الواجهة الرئيسية للموقع الإلكتروني
99	صورة 5.1 بطاقة الدعوة
100	صورة 5.2 البوستر
101	صورة 5.3 X-Sstand



# المقدمة

1.1 موضوع المشروع

1.2 أهداف المشروع

1.3 الإبداع في المشروع

1.4 الفئة المستهدفة

1.5 فريق العمل " التطوير "

1.6 المهام موزعة على جدول زمني

## الفصل الأول: المقدمة

### 1.1 موضوع المشروع

يدور هذا المشروع حول تصميم حملة إعلانية لشركة افتراضية تحت اسم "SAMA COSMATICS"، والتي تعمل في مجال مستحضرات التجميل وقد استهدفنا في هذا المشروع منتج واحد من منتجات الشركة وهو الـ "MASCARA"، وهو اللون المستخدم في إطالة رمش العين من أجل إعطاء جمال للعين وإبراز الرمش الذي يعتبر من علامات الجمال لدى الفتيات، وقد تم في هذا المشروع العمل على محورين في التصميم الثابت والمتحرك، وقد وضع اسم المشروع تحت عنوان حملة إعلانية.

### مميزات المشروع

نظرا للتطور والتقدم في الجانب التسويقي والترويجي المعتمد بالدرجة الكبيرة على التصميم كجزء مهم في الناحية التنفيذية للحملات الإعلانية لذلك عملنا على تجسيد هذا المنطق والآلية. ومما يتميز به مشروعنا:

1. انه يمكن نشره بشكل فيزيائي ملموس من خلال المطبوعات وأيضا من خلال بيئة الحاسوب لعرض الفيديو الإعلاني والتصاميم الثابتة والمتحركة وصفحة الويب الخاصة بالشركة.
2. في هذا المشروع نعد للاستفادة من الجوانب الفنية والتي امتلناها وطورناها أثناء الدراسة.
3. تطبيق الأفكار الإعلانية الثابتة والمتحركة.
4. التطبيق الشامل نسبيا للبرامج المستخدمة في التصميم.
5. محاولة الوصول إلى مستوى يليق بتخصص الجرافيكس والوسائط المتعددة.
6. التعرض والتطرق إلى تقنية جديدة ومهمة برزت وأصبحت من أهم الأمور في جانب الوسائط المتعددة وهو استخدام تقنية " الكروما " في التصوير والمونتاج.

## 1.2 أهداف المشروع

1. اكتساب الجانب التنفيذي لثمرة دراسة تخصص الجرافيكس والوسائط المتعددة وإيصال الفكرة.
2. الوصول إلى المستوى الترويجي والإعلاني من الناحية التطبيقية.
3. بناء هيكلية إعلانية للشركة الافتراضية تمكنها من نشر الاسم التجاري وعرض المنتج بطريقة معتمدة على التصميم والمهارة.
4. الحصول على مستوى إبداعي ومهارات فنية ملموسة في التصميم.
5. نقل الفكرة الإعلانية والرسالة التسويقية المصممة بأكثر من أسلوب وطريقة.
6. التركيز على الفئة المستهدفة في هذا المشروع ومعرفة الأذواق وربط ذلك بالتصميم.
7. مواكبة السوق الإعلاني والترويجي للشركة الافتراضية ودعم ذلك.

## 1.3 الإبداع في المشروع

نتطلع في مشروعنا إلى تحقيق أفضل النتائج التطبيقية وأفضل المستويات والوصول إلى أكبر قدر من الإبداع والتميز في التصميم والأفكار والمهارات وبذلك نستطيع أن نقول أن الإبداع في مشروعنا يتمثل في:

1. كيفية إيصال الفكرة المرجوة من الحملة الإعلانية ككل بشكل ترويجي وتصميمي بحت يعود بالدرجة الأولى إلى استخدام المهارة الفنية في التصميم والقدرة على نقل الرسالة المرجوة من الإعلان بالشكل التسويقي.
2. الاستفادة من التقنيات والبرامج والمواضيع المتعلقة بالمجال التصميمي في بناء حملة إعلانية كاملة وترسيخ هذه البرامج المتعددة في لعمل أكثر من نوع من الإعلان المطبوع والمرئي وهذا يعتمد أيضا على الذوق الفني والمهارة المميزة.
3. وضوح الفكرة والرسالة التسويقية في جميع عناصر الإعلان وكافة أجزائه الثابت والمتحرك وإمكانية أدراك الفكرة لجميع المستقبلين للإعلان على اختلاف ثقافتهم وأعمارهم.
4. التعدد والشمول في الجوانب والأفكار التصميمية الجديدة.
5. استخدام تقنية الكروما في المشروع والتي تعتبر تقنية جديدة بالنسبة لنا.

## 1.2 أهداف المشروع

1. اكتساب الجانب التنفيذي لثمرة دراسة تخصص الجرافيكس والوسائط المتعددة وإيصال الفكرة.
2. الوصول إلى المستوى الترويجي والإعلاني من الناحية التطبيقية.
3. بناء هيكلية إعلانية للشركة الافتراضية تمكنها من نشر الاسم التجاري وعرض المنتج بطريقة معتمدة على التصميم والمهارة.
4. الحصول على مستوى إبداعي ومهارات فنية ملموسة في التصميم.
5. نقل الفكرة الإعلانية والرسالة التسويقية المصممة بأكثر من أسلوب وطريقة.
6. التركيز على الفئة المستهدفة في هذا المشروع ومعرفة الأذواق وربط ذلك بالتصميم.
7. مواكبة السوق الإعلاني والترويجي للشركة الافتراضية ودعم ذلك.

## 1.3 الإبداع في المشروع

نتطلع في مشروعنا إلى تحقيق أفضل النتائج التطبيقية وأفضل المستويات والوصول إلى أكبر قدر من الإبداع والتميز في التصميم والأفكار والمهارات وبذلك نستطيع أن نقول أن الإبداع في مشروعنا يتمثل في:

1. كيفية إيصال الفكرة المرجوة من الحملة الإعلانية ككل بشكل ترويجي وتصميمي بحت يعود بالدرجة الأولى إلى استخدام المهارة الفنية في التصميم والقدرة على نقل الرسالة المرجوة من الإعلان بالشكل التسويقي.
2. الاستفادة من التقنيات والبرامج والمواضيع المتعلقة بالمجال التصميمي في بناء حملة إعلانية كاملة وترسيخ هذه البرامج المتعددة في لعمل أكثر من نوع من الإعلان المطبوع والمرئي وهذا يعتمد أيضا على الذوق الفني والمهارة المميزة.
3. وضوح الفكرة والرسالة التسويقية في جميع عناصر الإعلان وكافة أجزائه الثابت والمتحرك وإمكانية أدراك الفكرة لجميع المستقبلين للإعلان على اختلاف ثقافتهم وأعمارهم.
4. التعدد والشمول في الجوانب والأفكار التصميمية الجديدة.
5. استخدام تقنية الكروما في المشروع والتي تعتبر تقنية جديدة بالنسبة لنا.

#### 1.4 الفئة المستهدفة

إن الفئة المستهدفة في هذا المشروع " الحملة الإعلانية " هي الفئة التي تستخدم المنتج والتي تهتم بموضوع مستحضرات التجميل النسائية. وبذلك فإن الفئة المستهدفة هي النساء واللواتي يتراوح أعمارهن ما بين ( 18-40)عام.

حيث أن هذه الفئة العمرية هي الفئة التي تستخدم المنتج بناء على احتياجات وكماليات يمارسونها أو يقومون باستخدامها بشكل يومي أو شبه يومي. وهذا لا يعني بالدرجة الأولى بان الفئات العمرية الأخرى والنوع الجنسي الآخر غير قادر على الاستفادة والاستمتاع بالمشروع وفهمه وتلقي الحملة الإعلانية.

#### 1.5 فريق العمل (التطوير)

سيتم تنفيذ هذا المشروع ضمن فريق عمل متكامل ومتكافئ ومكاتف لإنتاج هذا المشروع بأفضل النتائج حيث سيتم توزيع الأدوار والمهام بشكل أفقي. حيث استطاع أعضاء الفريق تقسيم الأدوار والمهام وهذا ما سيساعد فريق العمل بالقيام بالمهام وانجازها بأسرع وقت ممكن وبدقة وجودة عالية. وسيتم في مرحلة التصميم تقسيم الأدوار والتخصص بالتصميم الثابت والمتحرك وذلك بشكل يتناسب مع الجدول الزمني للمشروع والأفكار المطروحة لكي يتم انجاز هذا المشروع والعمل التصميمي بصورة لائقة ودرجة عالية من الإبداع والنجاح. سيقوم أعضاء الفريق في العديد من المراحل على الحفاظ على مفاهيم العمل ضمن الفريق والعمل الجماعي سواء بالعمل أو بالأفكار والآراء ضمن فريق متكامل. كما سيعمل أعضاء الفريق على استغلال الأوقات لإتمام المهام والأدوار المطلوب تنفيذها في هذا المشروع. بغض النظر عن تواجد الفريق في نفس الوقت أو التواجد الجماعي.

#### 1.6 المهام موزعة على جدول زمني

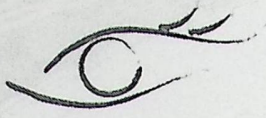
فيما يلي عرض للمخطط الزمني المقترح والمخطط التنفيذي الموضح عن طريق ( Gant Chart ) والذي يعرض ويوضح الآلية والنمطية المستخدمة في التخطيط وإدارة الوقت لإتمام المشروع بالموعد المحدد، وكما يعرض طريقة تنظيم الأوقات وإعطاء كل مهمة جزء من الوقت بحيث يتناسب التوقيت مع سير المهام الأخرى والمعتمدة في بعض الأحيان على بعضها.

حيث أن الترتيب في هذا الجدول يتركز على ترتيب الأعمال المراد انجازها والأعمال المنجزة بالفعل بشكل عمودي، والترتيب الزمني للأوقات بشكل أفقي معتمداً على وحدات زمنية ( سنوات-شهور-أسابيع-أيام)

الأسبوع	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
العمل														
بلورة الفكرة وتحديد الأسلوب المناسب														
تصميم الشعار														
تصميم المواد المطبوعة														
كتابة سيناريو الإعلان														
تصوير الإعلان														
تصميم المواد المتحركة														
مونتاج الفيديو														
طباعة المواد وتنفيذها														
معاينة المطبوع والمتحرك														
التوثيق														

جدول 1: المخطط الزمني المقترح والتنفيذي.

المخطط الزمني المقترح  المخطط الزمني التنفيذي 



# متطلبات المشروع

## 2.1 تفصيل المشروع

## 2.2 متطلبات المشروع التطويرية

### 2.2.1 متطلبات مادية

### 2.2.2 متطلبات بشرية

### 2.2.3 المتطلبات البرمجية التطويرية

### 2.2.4 تكاليف المشروع التطويرية

## 2.3 متطلبات المشروع التشغيلية

### 2.3.1 متطلبات مادية

## 2.4 التقنيات المستخدمة

## 2.5 المخاطر والمحددات والتحديات

## 2.6 آلية التسليم

## الفصل الثاني: متطلبات المشروع

### 2.1 تفصيل المشروع

سيتم انجاز هذا المشروع ضمن المراحل التالية:

- 1- تحديد الفكرة العامة وبلورتها والاستمرار بالتعديل عليها للوصول لأفضل النتائج المرجوة بحيث تتناسب مع المهارات والمعلومات المكتسبة من خلال سنوات دراسة التخصص.
- 2- تحديد اسم الشركة الافتراضية واعتماد منتجها كمنتج نريد بناء حملة إعلانية كاملة له وللشركة. ومن ثم اختيار الشعار والستايل المناسب للشركة والتصميم بالإضافة إلى تحديد أنواع الإعلانات المطبوعة والمرئية المراد تصميمها. حيث قام فريق العمل بإنشاء عدد من الشعارات واقتراح عدد من الأسماء للشركة وكذلك الستايلات وقمنا باختيار الأفضل منها وتصميمها على جهاز الحاسوب وبرامج التصميم. كما تم ابتكار شكل العبوة والحقيبة وعدد من الأعمال مثل استناد العرض.
- 3- تنفيذ التصميم المطبوعة بكافة أنواعها وأحجامها من خلال الأفكار والأساليب المبتكرة بعد أن يتم اختيار الشعار والاسم والستايل ووضع رسوم يدوية تسهل وتحفظ الأفكار من خلال الأشكال والرسوم اليدوية وسيتم عمل التصميم المطبوعة من خلال البرامج التالية: (Adobe Photoshop Cs4 me - Adobe Indesign Cs4 me - Adobe Photo lightroom 3 - Adobe Illustrator Cs4 me).
- 4- تصميم الإعلانات المرئية وتنفيذها حيث انقسم الى فيديو مصور استخدم فيه تقنية ال chroma عن طريق تصوير فيديو مكون من مشاهد ومن ثم منتجتها على برامج المونتاج, وفيديو مصنوع من خلال برامج صناعة الفيديو والحركة مثل إعلان 3D وإعلانات Adobe After Effects Cs4, كما شمل التصميم الإعلان المرئي المتحرك صفحة الموقع الإلكتروني, وقد تم انجاز هذه الأعمال من خلال البرامج التالية: (Adobe Dreamweaver Cs4 - Adobe After Effects Cs4 - Adobe Audition Cs4 - Autodesk 3Ds Max 2011 - Premiere Cs4).
- 5- معاينة التصميم المطبوعة والتأكد من صيغها وأبعادها والألوان والتكوين من خلال المشرف حيث استمرت عملية التنقيح والتطوير للوصول إلى العمل الأفضل وضمان الجودة العالية للتصاميم, وذلك لضمان التنفيذ السليم والمطلوب خلال عملية طباعة التصميم.

6- بعد إنشاء ملفات التصميم المرئية الأولية، تبع ذلك عملية ظلموننتاج لهذه الملفات وتنسيقها ووضع التأثيرات عليها لإخراجها بالشكل المطلوب والمستوى المراد تحقيقه، سيتم تصدير ملفات الإعلانات المرئية بصيغ ذات جودة عالية ودقة وتناسق في الصوت والصورة عبر احتواء المشهد للتأثيرات الصوتية والموسيقى المناسبة، ومراعاة أنظمة الصوت والصورة في هذه الملفات النهائية، ومراعاة التناسق بين الصورة والأحداث والمشاهد وربطها بالموسيقى المناسبة لها، لخلق تناغم وتفاعل بين الإعلان والمستقبل وهو المشاهد للإعلان، وبدأ الإعلان وختمه بشكل متناسق ومنتاسب مع الهدف بالمستوى المطلوب.

7- مرحلة الفحص والتأكد من التصاميم المطبوعة كاملة ومعاينتها بشكل نهائي قبل الشروع بطباعتها وتنفيذها، كما ستشمل مرحلة الفحص التصاميم المرئية من حيث مطابقة الصوت والصورة والتأكد من الفيديو الذي سيتم إخراجها خالي من المشاكل والأخطاء ويستطيع إيصال الفكرة المطلوبة من التصميم بكل سهولة ووضوح.

8- تجهيز الأعمال اليدوية مثل ستاند العرض والعبوة بالشكل المحدد الذي يتناسب مع التصاميم من حيث التنسيق واللون والأفكار الجديدة المبتكرة.

## 2.2 متطلبات المشروع التطويرية

### 2.2.1 متطلبات مادية

المجموع	السعر (بالدولار)	العدد	التفاصيل	البيان
\$ 4750	\$1000	4	1. جهاز حاسوب بمواصفات لا تقل عن RAM: 4GB CPU: 2.2 GHz Hard disk: 320 GB	أجهزه
	\$ 700	1	Video Camera. 2	
	\$ 50	1	Scanner. 3	
\$ 1295	\$ 199	4	1. إضاءة	استديو تصوير
	\$ 19	1	2. كوابل فيديو	
	\$ 19	1	3. كوابل صوت	
	\$ 269	1	4. قماش (Chroma)	
	\$ 80	1	5. ستاند كاميرا	
	\$ 50	4	6. ستاند إضاءة	
	\$ 50	1	7. مايكروفون	
\$ 50	\$ 50		أقلام وأوراق	أدوات
\$ 6095				

جدول 2: متطلبات مادية

\*تم الحصول على أسعار معدات استديو التصوير من الموقع التالي: <http://www.studiolight.com>

\*يمكن الاستفادة من المعدات المتوفرة في الجامعة لإتمام هذه العمليات.

## 2.2.2 متطلبات بشرية

المجموع	السعر (بالدولار)	العدد	التفاصيل
	\$ 500	1	1. مصور فيديو
	\$ 400	1	2. مونتاج
	\$ 300	1	3. عامل إضاءة
\$ 2900	\$ 200	1	4. عامل صوت
	\$ 1000	4	5. Designers
	\$ 500	1	6. ممثل إعلاني
\$ 2900			

جدول 3: متطلبات بشرية

\* يمكن الاستفادة من مهارات فريق المشروع لإتمام هذه العمليات.

### 2.2.3 المتطلبات البرمجية التطويرية

التكلفة	المصدر
\$ 999	Adobe Photoshop cs4 me
\$ 599	Adobe Illustrator Cs4 me
\$ 349	Adobe Audition Cs4
\$ 399	Adobe Dreamweaver Cs4
\$ 799	Adobe Premiere Cs4
\$ 999	Adobe After Effects Cs4
\$ 299	Adobe Photo lightroom 3
\$ 3,495	Autodesk 3Ds Max 2011
\$ 699	Adobe Indesign Cs4 me
\$ 2599	Adobe Creative Suite 5. 5 Master Collection
\$ 6094	المجموع

جدول 4: التكاليف البرمجية التطويرية

\* تم اعتماد المجموعة الكاملة من إصدارات شركة Adobe بسبب السعر والدراسة البرمجية لأن تكلفة المجموعة اقل من تكلفة شراء كل برنامج لوحده علما بأن المجموعة تحتوي على جميع البرامج المطلوبة لفريق العمل إضافة إلى برامج أخرى.

\* تم الحصول على أسعار البرامج التطويرية من الموقع التالي:

[www.adobe.comusa.autodesk.com](http://www.adobe.comusa.autodesk.com)

\* يمكن الاستفادة من البرامج المتوفرة في الجامعة لإتمام هذه العمليات.

## 2.2.4 تكاليف متطلبات المشروع التطويرية

\$ 6095	متطلبات مادية
\$ 2900	متطلبات بشرية
\$ 6094	متطلبات برمجية تطويرية
\$ 15089	المجموع

جدول 5: تكاليف متطلبات المشروع التطويرية

## 2.3 متطلبات المشروع التشغيلية

### 2.3.1 متطلبات مادية وبرمجية

البيانات	التفاصيل	العدد	السعر
أجهزة	1. جهاز حاسوب بمواصفات لا تقل عن RAM: 1GB CPU:1.8 GHz Hard disk: 40 GB	1	\$ 500
	أو 2.جهاز تلفاز وجهاز DVD	1	\$ 380
متطلبات برمجية	Flash Player برنامج تشغيل فيديو برنامج مستعرض صور	Free	

جدول 6: متطلبات مادية وبرمجية

## 2.4 التقنيات المستخدمة

بعد تحديد الفكرة للمشروع تم الاتفاق على تنفيذ المشروع بشكل ثابت ومتحرك واختيار الألوان المناسبة واختيار تقنية الـ Chroma لتصوير الإعلان التلفزيوني واعتماد الإصدارات الحديثة من برامج Adobe cs4, Autodesk 3Ds Max 2011 في تنفيذ الإعلان المتحرك والثابت المطبوع.

## 2.5 المخاطر والمحددات والتحديات

### 1. المخاطر

- انقطاع التيار الكهربائي أثناء العمل.
- مشكلة الفيروسات التي أدت إلى فقدان بعض ملفات المشروع, ولكن تم التغلب على هذه المشكلة بوضع نسخ احتياطية لملفات المشروع في أماكن أخرى.

### 2. المحددات

- ارتفاع أسعار الأجهزة والمعدات التي نحتاجها في المشروع, كأجهزة التصوير ومعدات الكروما.
- عدم القدرة على توفير إناث لتصوير الإعلان المصور.
- عدم القدرة على استخدام الصور التي تحمل علامة حقوق الطباعة والنشر (Copyright).
- عدة توفر الوقت الكافي بسبب وجود مهام وأعباء أخرى منها المواد الجامعية.
- مشكلة الحصول على الصور المناسبة والتي لا تتعارض مع ثقافة المجتمع والعادات والقيم.

### 3. التحديات

- صعوبة في التعامل مع تقنية الـ chroma التي تعتبر جديدة بالنسبة لأعضاء المشروع.
- صعوبة في الحصول على الصور المناسبة لتنفيذ الإعلان الثابت.
- صعوبة تنفيذ عينات المشروع ( العبوة, الحقيبة, العلبه. . . )
- صعوبة في التعامل مع برمجة موقع الانترنت.

## 2.6 آلية التسليم

سيتم تسليم المشروع بواسطة:

### 1. CD

سيتم وضع الإعلان التلفزيوني والإعلانات الثابتة والمتحركة على قرص مضغوط (CD)

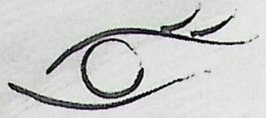
### 2. مطبوعات

سيتم طباعة تصاميم المشروع, على خامة معينة تتناسب مع ماهية التصميم المطبوعة عليها.

### 3. Internet

سيتم تصميم موقع الكتروني لرفع الإعلان التلفزيوني والإعلانات الأخرى الثابتة والمتحركة ووضع

التعريفات اللازمة بالمنتج.



# التصميم

## 3.1 اختيار العناصر الأساسية بالمنتج

3.1.1 الاسم

3.1.2 الشعار

3.1.3 الألوان

3.1.4 شكل العبوة

## 3.2 شرح مفصل لأنواع التصميم المطبوعة

## 3.3 شرح مفصل لأنواع التصميم المرئية ( المتحركة )

3.3.1 إعلان الفيديو التلفزيوني (تقنية الكروما)

3.3.2 إعلانات البرومو

## 3.4 صفحة الموقع الالكتروني

## 3.5 تحليل مفصل للأدوات والبرامج التي ستستخدم

3.5.1 تحليل الأدوات التي ستستخدم

3.5.2 تحليل البرامج التي ستستخدم في التصميم المطبوع (الثابت)

3.5.3 تحليل البرامج التي ستستخدم في التصميم المرئي (المتحرك)

## الفصل الثالث: التصميم

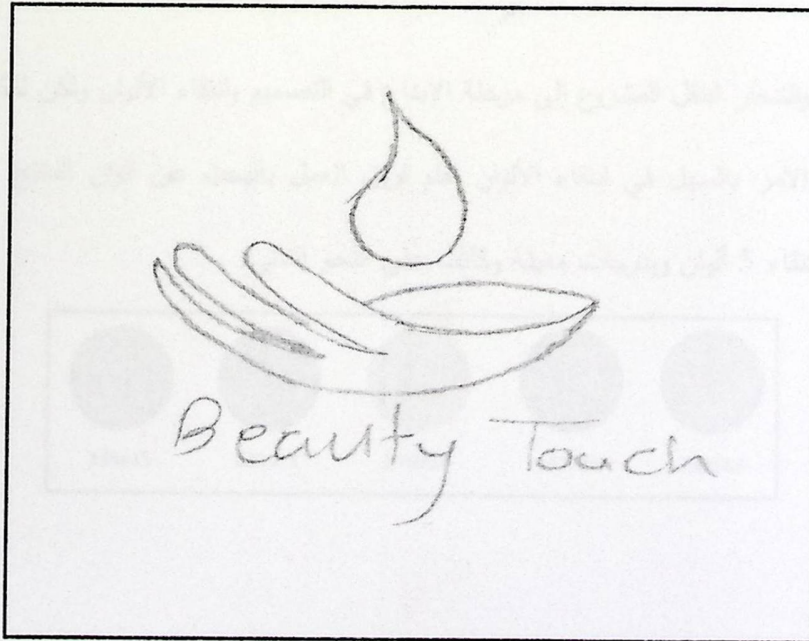
### 3.1 اختيار العناصر الأساسية للمنتج

#### 3.1.1 الاسم

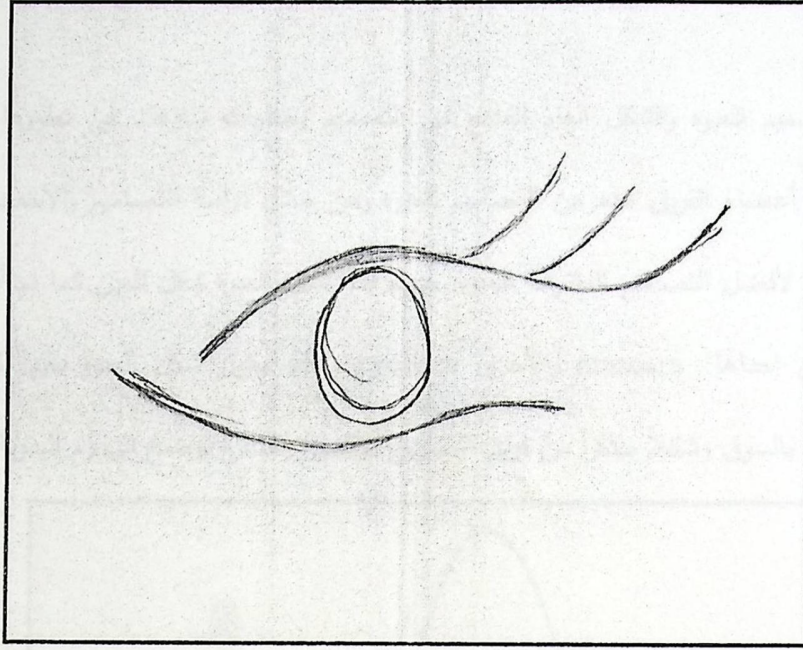
يعتبر الاسم العنصر الأساسي للمنتج حيث أن الاسم غالبا ما يأخذ النصيب الأكبر في مرحلة التصميم. وفي هذا المشروع تم اقتراح عدة أسماء للمنتج حيث أن الاسم في البداية كان "Montana" ثم أصبح "Beauty Touch" إلا أنه استمرت عملية اختيار الأسماء بين أعضاء المشروع إلا أن تم الاتفاق على اسم جديد وهو "SAMA"، لم يكن اختيار الاسم عشوائيا وإنما هي محاولة للتوفيق بين الاسم وبين تكوين الشعار الذي سيتم شرحه لاحقا.

#### 3.1.2 الشعار

يعتبر الشعار هو التكوين المكمل للاسم حيث أن غالبا ما يكون الشعار تعبيرا فنيا عن الاسم وعن ماهية المنتج وفي هذا المشروع اقترح أكثر من شعار ارتبط انقائوها وتعديلها على التعديلات التي أجريت على الاسم إلا أن تم اعتماد الاسم، واخذ بعين الاعتبار طبيعة المنتج فمر الشعار أيضا باقتراحات وتعديلات إلى تم الاتفاق على الشعار المناسب بنظر فريق المشروع. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية للشعار:



شكل 3.1 رسم يدوي لأحد الشعارات المقترحة الأولية



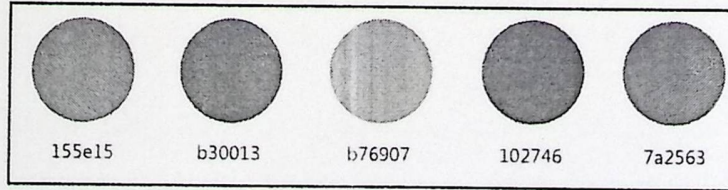
شكل 3.2 رسم يدوي للشعار النهائي

معنى الشعار:

تم اختيار العين لتعكس طبيعة استخدام المنتج الذي يعتبر منتجاً للعناية بجمال العين, حيث تم رسم العين بشكل مجرد تحمل في تشكيلها اسم المنتج (سما), حيث تم اختيار حرف (س) كتكوين الرمض ممثلاً بأطراف الحرف (س), والحرف (م) ليعكس بؤبؤ العين, بينما كان حرف (ا) جفن العين السفلي .

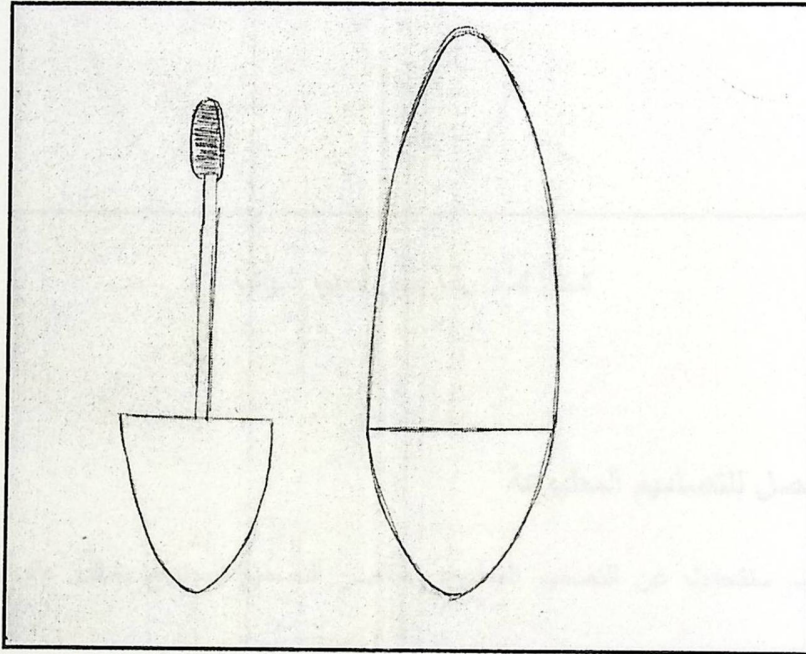
### 3.1.3 الألوان

بعد اعتماد الاسم والشعار انتقل المشروع إلى مرحلة الإبداع في التصميم وانتقاء الألوان ولكن لكثرة الألوان وتعدد درجاتها, لم يكن الأمر بالسهل في انتقاء الألوان فقام فريق العمل بالبحث عن ألوان المنتج المتوفرة والأكثر شيوعاً وبيعاً وتم انتقاء 5 ألوان ودرجات معينة وكانت على النحو التالي:

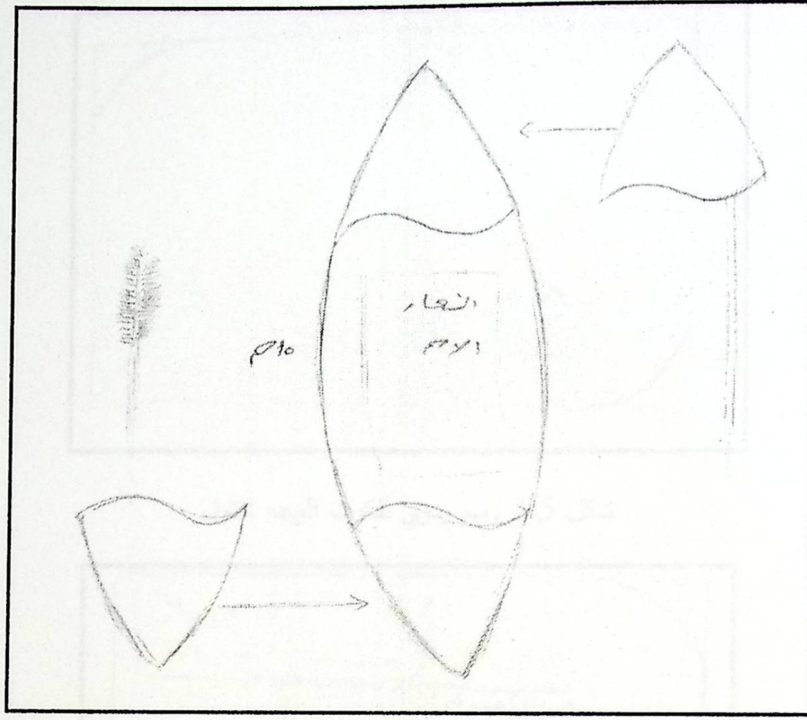


#### 3.1.4 شكل العبوة

في اختيار تصميم العبوة والشكل العام للمنتج من التصميم بخطوات سارعت في تطورها والإبداع في انجازها حيث اقترح أعضاء الفريق عدد من التصاميم للعبوة ومن خلال دراسة التصاميم والابتعاد عن النماذج التقليدية تم التوصل لأفضل التصاميم المقترحة للعبوة، حيث اخذ شكل العبوة شكل العين كما تم أيضا استغلال العبوة بوضع أداتين إحداها mascara والأخرى eyeliner وبذلك يكون شكل العبوة بعيدا كل البعد عن التصاميم المطروحة بالسوق وشكلاً مبتكراً من فريق المشروع. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية للعبوة:



شكل 3.3 رسم يدوي لأحد تصاميم العبوات المقترحة



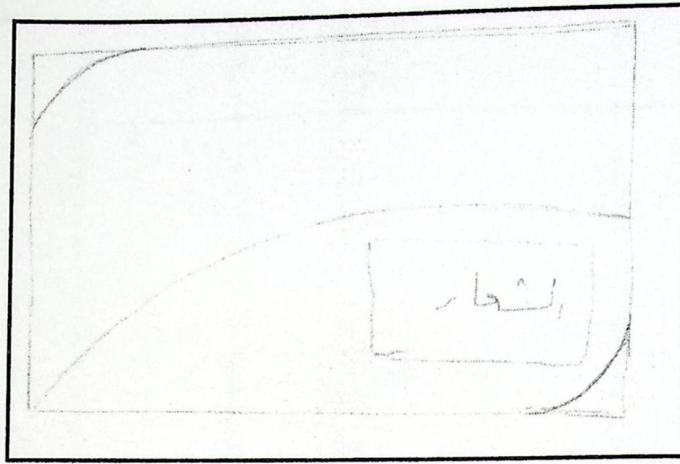
شكل 3.4 رسم يدوي للعبوة النهائية

### 3.2 شرح مفصل للتصاميم المطبوعة

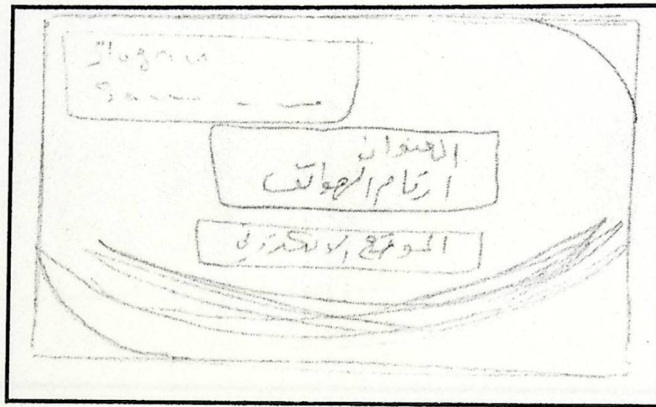
في هذا القسم سنتحدث عن التصميم المطبوع وعناصر التصميم المطبوع بشكل عام، ومميزاته وأنواعه المتعددة والمتفرعة بشكل واضح، وسيتم الحديث عن كل نوع على حدة كما يلي:

#### Business Card

يعتبر الكرت هو أصغر العناصر في التصميم الإعلانية المطبوعة، حيث يشمل معلومات رئيسية عن الشركة مثل الشعار واسم الشركة أرقام الهواتف والعنوان والموقع الإلكتروني. سيتم تصميم الكرت بقياس 9\*5 سم على الوجهين، وستكون الخلفية ملونه بالألوان التي تم تحديدها، حيث سيحتوي الوجه الأول على اسم الشركة والشعار، بينما سيحتوي الوجه الثاني على معلومات الاتصال. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية للكرت:



شكل 3.5 رسم يدوي للكارت الوجه الأول



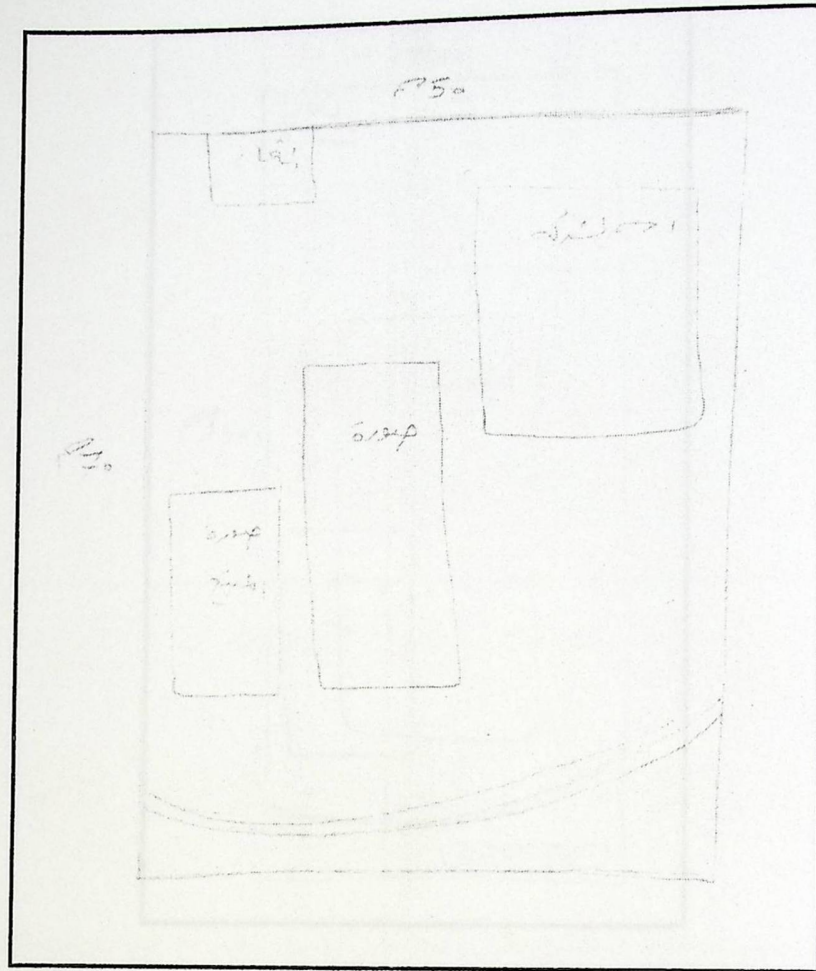
شكل 3.6 رسم يدوي للكارت الوجه الثاني

## Poster

هو عبارة عن تصميم مطبوع بحجم متوسط، يشمل معلومات أكثر تفصيلاً من الكارت مثل بعض المعلومات عن المنتجات والسلع الجديدة والحملات والعروض، وقد يحتوي صوراً للمنتجات ومعلومات الاتصال. ويتمثل انتشاره في الطرقات والمحال التجارية والأماكن ذات الصلة بالمنتج أو الشركة.

سيتم تصميم البوستر بقياس 70\*50 سم، حيث ستكون الخلفية ملونه وسيتم وضع عبوة المنتج وبعض الصور المناسبة، كما سيوضع اسم الشركة والشعار بموقع معين بحيث يكون واضحاً ومتناسقاً مع بقية عناصر

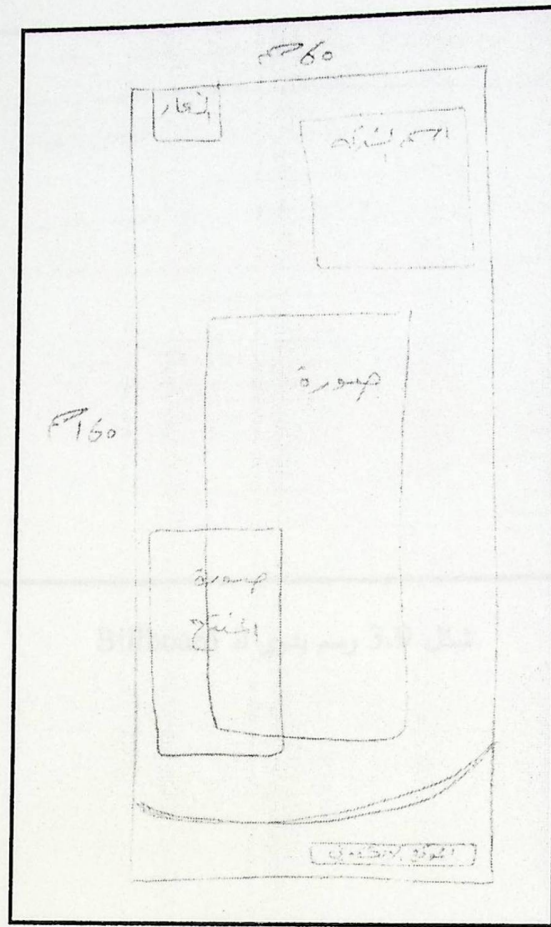
التصميم في البوستر. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية للـ Poster:



شكل 3.7 رسم يدوي للبوستر

## X-Stand

عبارة عن إعلان يعرض بشكل طولي، يعرض على منصب وقاعدة معينة ويعرض فيه معلومات عن الشركة أو صور المنتج أو أي تصميم يخدم منتجات الشركة أو الاسم الإعلاني للشركة ورؤيتها التجارية، يعرض غالبا داخل مبنى الشركة والمكاتب أو في المحال التجارية التي تباع المنتج أو التي تتعامل مع الشركة. سيتم تصميم X-Stand بقياس 160\*60 سم، حيث ستكون الخلفية ملونه وتوضع عليه عبوة المنتج وبعض العبارات الدلالية للمنتج واسم الشركة والشعار بشكل متناسق مع العناصر الأخرى. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية لل X-Stand:



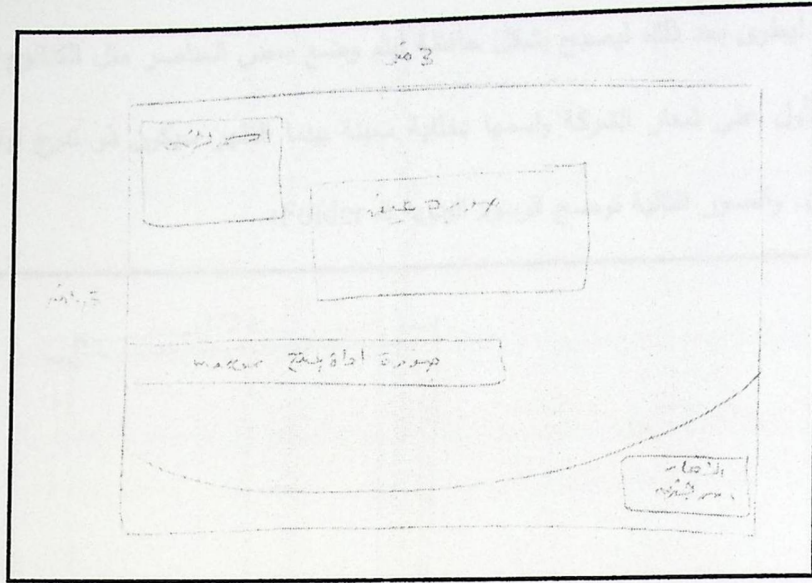
شكل 3.8 رسم يدوي للستاند

## Billboard

وهو عبارة عن يافطة شوارع وساحات خارجية، تحدد قياساته حسب الموقع الذي سيعرض فيه الإعلان المصمم، ويعرض لإيصال فكرة ترويجية معينة أو رسالة معينة للناس ويكون له تأثير في ذهن المشاهد. وذلك لعرضه لكافة الناس بأكبر قدر من العدد المستقبل للإعلان في منطقة معينة، يحتوي أيضا على معلومات عن الشركة بقدر مختصر.

سيتم تصميم Billboard بقياس 5 \* 3 متر. سيحتوي على العناصر الأساسية للمنتج مثل الاسم

والشعار وبعض الصور المناسبة. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية لل Billboard:



شكل 3.9 رسم يدوي لـ Billboard

## Catalog

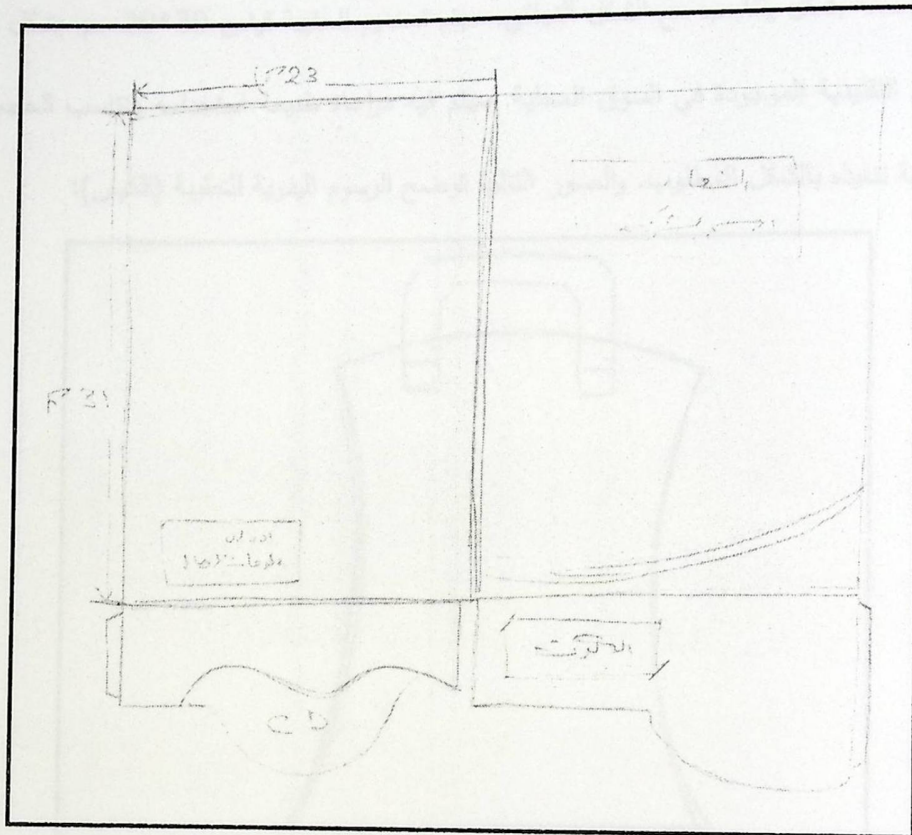
هو عبارة عن صفحات متعددة، تحتوي كل صفحة على تصميم معين يتم فيها عرض المنتجات وتفاصيل دقيقة موسعة عن كل منتج وعن الشركة المنتجة، كما يكون له غلاف تصميمي بشكل مميز، يعرض فيه اسم الشركة وشعارها، ويحتوي أيضا على غلاف خلفي يتواجد فيه معلومات عن الشركة وأرقام الهواتف والعناوين والموقع الإلكتروني.

سيتم تصميم الكatalog بقياس 24\*22 سم (Quarter Paper). وعدد صفحاته 20 صفحة، يبدأ بصفحة الوجه التي ستحتوي على تصميم يدل على المنتج وطبيعته، ثم سيبدأ تسلسل الصفحات بعرض بعض صور وخصائص المنتج مع إضافة بعض الصور التي تخدم التصميم والتي تضيف الجمالية، ثم سينتهي بصفحة الظهر وستكون ذات تدرج لوني معين وسيتم وضع عليه بعض معلومات الاتصال للشركة.

## Folder

عبارة عن تصميم يطوى ويقص ليعطي شكل جمالي معين، توضع بداخله جميع المطبوعات الصغيرة مثل Card CD, Flyer, Catalog, سيتم تصميم الفولدر بقياس 23\*31 سم، لكل وجه كما سيتم زيادة الجانب

السفلي من الورق ليطوى بعد ذلك ليصبح بشكل حاظفة ليتم وضع بعض العناصر مثل الكتالوج والكرت وCD. سيحتوي الوجه الأول على شعار الشركة واسمها بخلفية معينة بينما الظهر سيكون ذو تدرج لوني يوضع عليه معلومات الاتصال. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية لFolder:



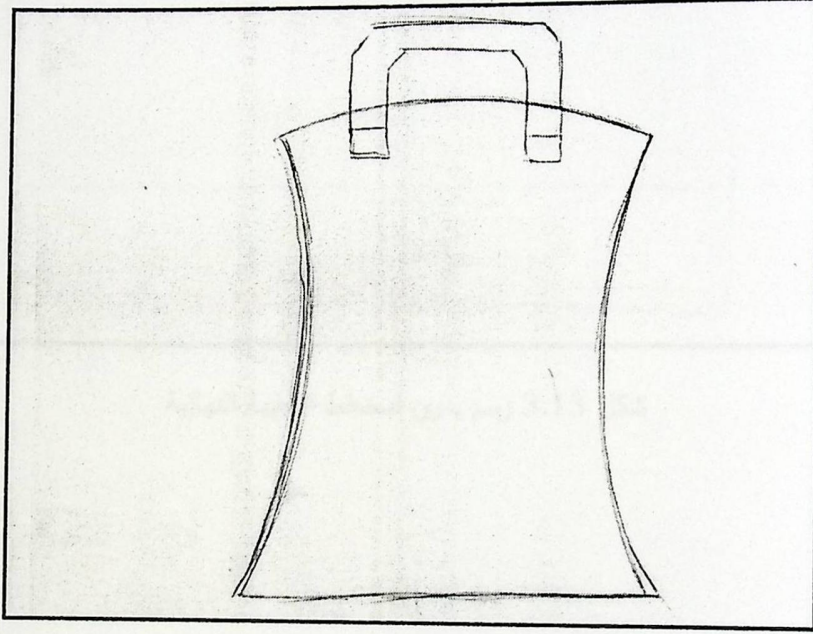
شكل 3.10 رسم يدوي لFolder

## Flyer

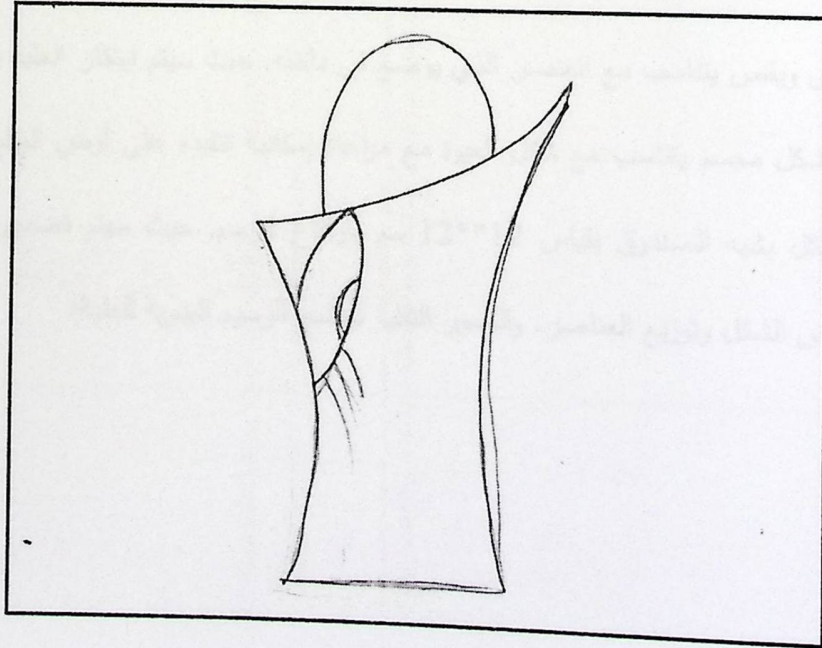
هو عبارة عن شكل مصغر لل (Poster) يأخذ تصميم مميز مع عدم تواجد معلومات وتفاصيل بشكل يكون فيه الأهمية للتصميم. سيتم تصميم Flyer بقياس 15\*7 سم، سيتم وضع عليه بعض الخلفيات المناسبة وسيتم استخدام بعض الصور المناسبة التي تدل على المنتج وطبيعته.

## الحقيبة (الكيس)

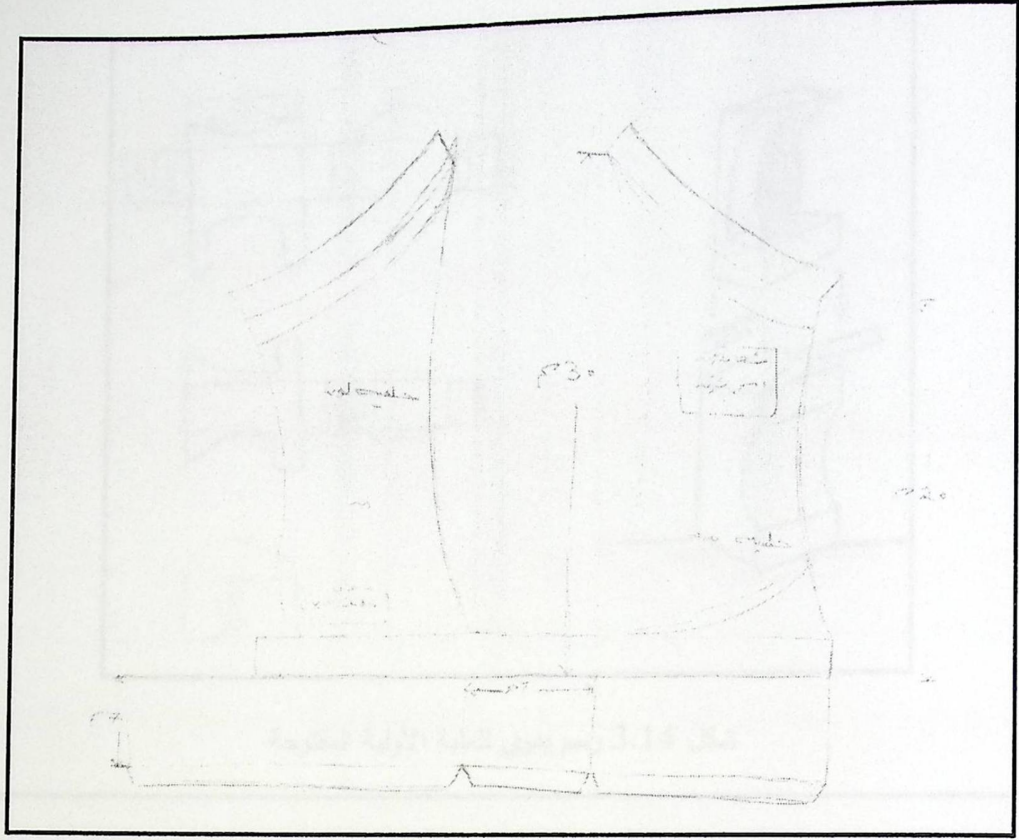
عبارة عن تصميم يطوى ويقص ويثبت بطريقة معينة ليعطي شكل جمالي لحقيبة يدوية أو كيس تتوزع عليه العناصر المصممة بشكل يتناسب مع الشكل النهائي، سيتم تصميم الحقيبة قياس 30\*20 سم، بشكل جديد بعيد عن التصاميم التقليدية الموجودة في السوق المحلية، سيتم فيه مراعاة طبيعة استخدامه وتناسب الحجم مع علبة المنتج وإمكانية تنفيذه بالشكل المطلوب. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية للحقيبة (الكيس):



شكل 3.11 رسم يدوي للحقيبة الأولية



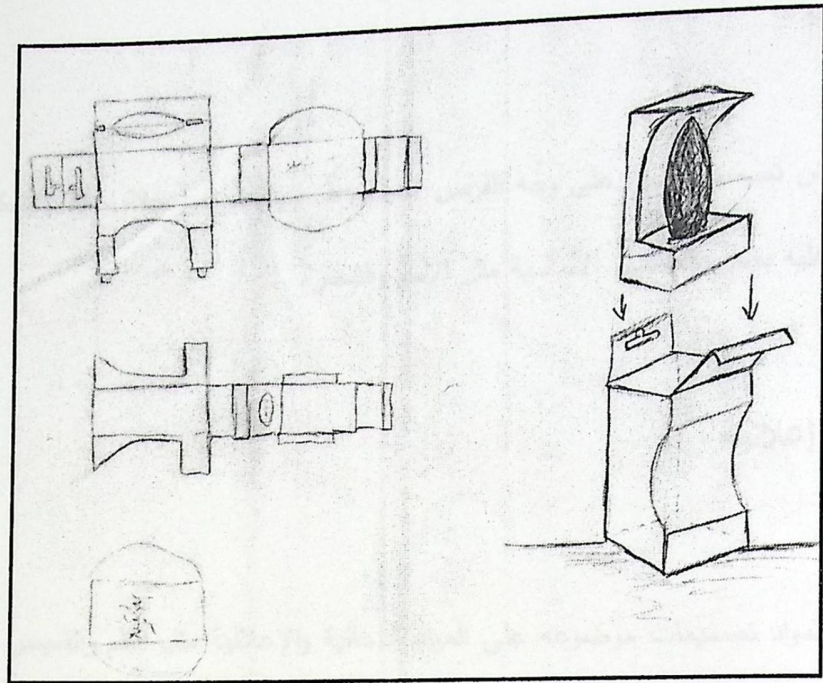
شكل 3.12 رسم يدوي للحقيبة النهائية



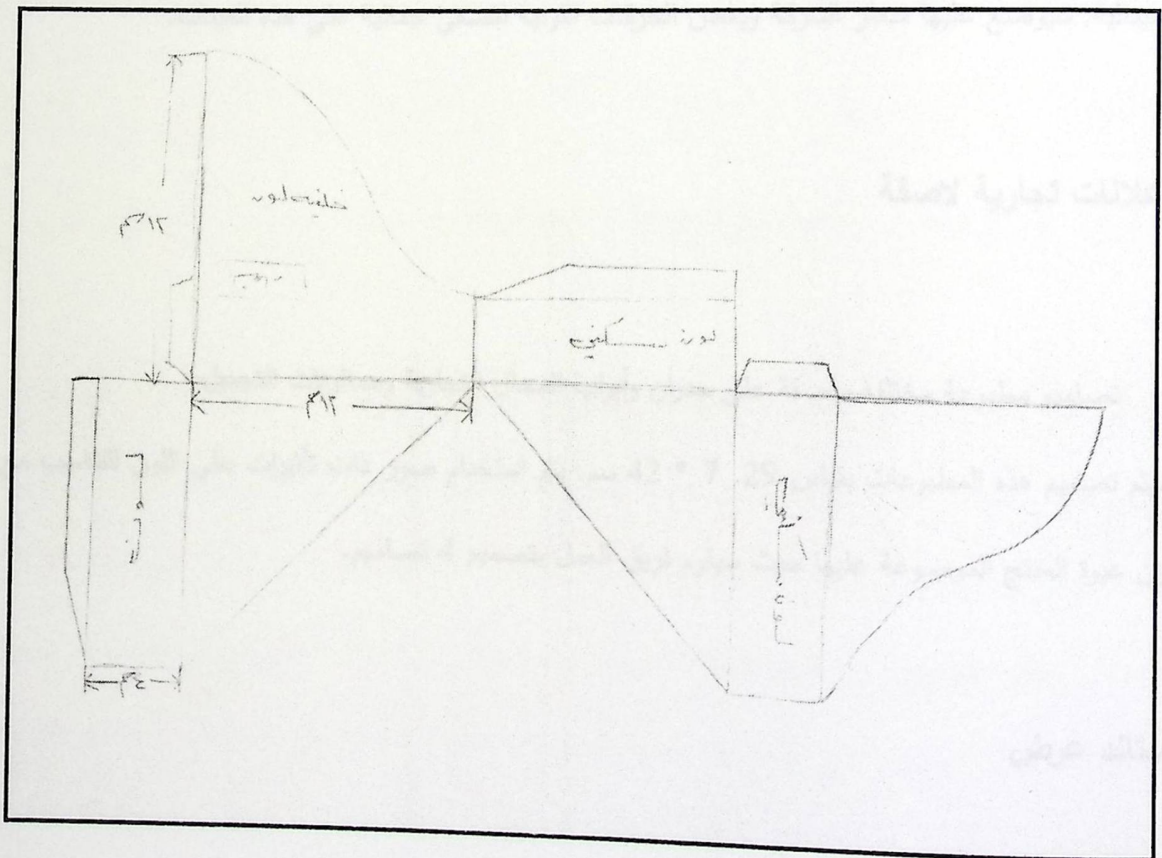
شكل 3.13 رسم يدوي لمخطط الحقيبة النهائية

## العلبة

تصميم يطوى ويقص يتناسب مع العنصر الذي يوضع في داخله، حيث سيتم ابتكار العلبة من قبل أعضاء المشروع لتعطي شكل مجسم يتناسب مع شكل العبوة مع مراعاة إمكانية تنفيذه على أرض الواقع، حيث سيكون تصميم العلبة بشكل يشبه الصندوق بقياس  $12 \times 12 \times 4$  سم، حيث سيتم تصميم 5 علب بألوان عبوات المنتج بنفس الشكل وتوزيع العناصر. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية للعلبة:



شكل 3.14 رسم يدوي للعلبة الأولية المقترحة



شكل 3.15 رسم يدوي لمخطط العلبة النهائية

وهو عبارة عن تصميم ملصق على وجه القرص المضغوط، سيتم تصميم غلاف CD بشكل دائري بقطر 12 سم. توضع عليه بعض العناصر الأساسية مثل الاسم والشعار.

### مواد دعائية إعلانية

تشمل هذه المواد تصميمات موضوعه على المواد الدعائية والإعلانية مثل القلم والقميص وميداليات توزع على الزبائن والموزعين كهدية من الشركة، حيث سيقوم فريق المشروع بعمل بعض عينات دعائية مثل قلم وبلويزة وميدالية، سيوضع عليها شعار الشركة وبعض الحركات اللونية لتضفي جمالية على هذه العينات.

### إعلانات تجارية لاصقة

تصاميم مطبوعة مختلفة ملصقة على جدران وأبواب المحال التجارية وصالونات التجميل. سيتم تصميم هذه المطبوعات بقياس 29.7 \* 42 سم. يتم استخدام صور ذات تأثيرات على اللون لتناسب مع لون عبوة المنتج الموضوع عليها حيث سيقوم فريق العمل بتصميم 4 تصاميم.

### ستاند عرض

حيث سيتم تصميم هذا الستاند بشكل مبتكر على شكل علبة المنتج، وقد اقترح أعضاء المشروع أن يكون على قطعة خشبية بقياس 16\*60 سم وسيتم وضع عليه 5 رفوف ليتم عرض المنتجات عليها. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية لستاند العرض:

وهو عبارة عن تصميم ملصق على وجه القرص المضغوط، سيتم تصميم غلاف CD بشكل دائري بقطر 12 سم. توضع عليه بعض العناصر الأساسية مثل الاسم والشعار.

### مواد دعائية إعلانية

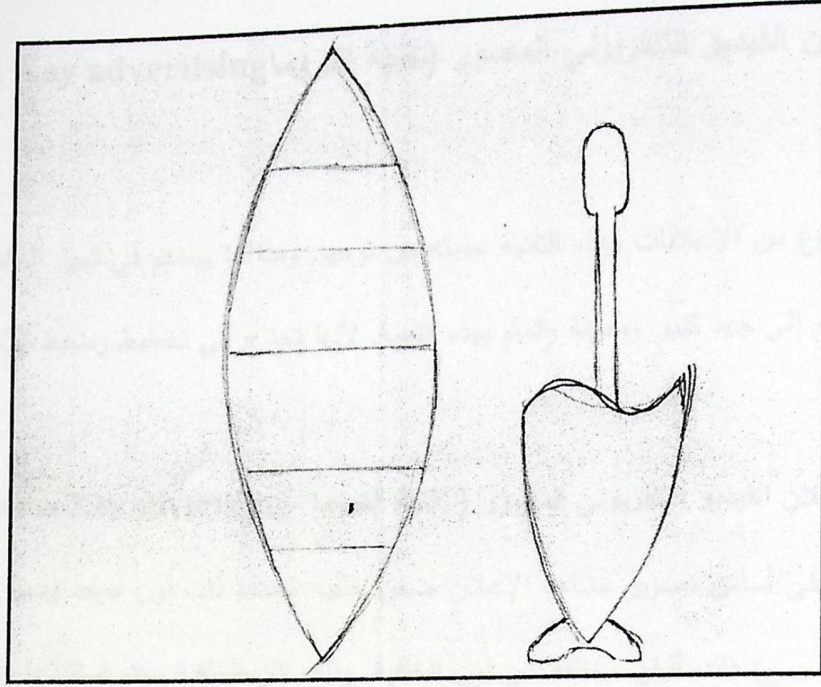
تشمل هذه المواد تصميمات موضوعه على المواد الدعائية والإعلانية مثل القلم والقميص وميداليات توزع على الزبائن والموزعين كهدية من الشركة، حيث سيقوم فريق المشروع بعمل بعض عينات دعائية مثل قلم وبلويزة وميدالية، سيوضع عليها شعار الشركة وبعض الحركات اللونية لتضفي جمالية على هذه العينات.

### إعلانات تجارية لاصقة

تصاميم مطبوعة مختلفة ملصقة على جدران وأبواب المحال التجارية وصالونات التجميل. سيتم تصميم هذه المطبوعات بقياس 29.7 \* 42 سم. يتم استخدام صور ذات تأثيرات على اللون للتناسب مع لون عبوة المنتج الموضوع عليها حيث سيقوم فريق العمل بتصميم 4 تصاميم.

### ستاند عرض

حيث سيتم تصميم هذا الستاند بشكل مبتكر على شكل علبة المنتج، وقد اقترح أعضاء المشروع أن يكون على قطعة خشبية بقياس 16\*60 سم وسيتم وضع عليه 5 رفوف ليتم عرض المنتجات عليها. والصور التالية توضح الرسوم اليدوية لستاند العرض:



شكل 3.16 رسم يدوي لستاند العرض

### 3.3 شرح مفصل للتصاميم المرئية ( المتحركة )

في هذا الجزء سنتحدث عن التصاميم المرئية ( المتحركة ) من إعلان الفيديو المصور وإعلانات البرومو، و إعلان 3D وكذلك صفحة الانترنت، ومن أهم ما يميز هذا الإعلان المتحرك أن التعامل معه يكون من خلال شاشة التلفاز أو الحاسوب وشبكة الانترنت من قبل المستخدم أو الفئة المستهدفة، ويسلم هذا النوع المتحرك من التصاميم وينشر للجمهور عن طريق شبكة الانترنت أو من خلال الإعلانات التلفزيونية أو على شكل قرص مضغوط " CD " يحتوي على الإعلانات المرئية المتحركة، والآن سنتحدث عن ما تشمله التصاميم المرئية (المتحركة) وهي كما يلي:

### 3.3.1 إعلان الفيديو التلفزيوني المصور (تقنية الكروما Chroma Key advertising)

يعتبر هذا النوع من الإعلانات وهذه التقنية حديثه من نوعها, وهذا ما يساهم في تميز المشروع, حيث أن هذا الإعلان يحتاج إلى جهد كبير ومعرفة وإلمام بهذه التقنية, لأنها تحتاج إلى تخطيط وضبط للإعدادات.

#### آلية عمل إعلان الفيديو التلفزيوني المصور (تقنية الكروما Chroma Key advertising):

تقوم هذه التقنية على أساس تصوير مشاهد الإعلان ضمن خلفية محددة ذات لون موحد ومميز, كما يجب أن تكون العناصر المصورة ذات ألوان مختلفة عن لون الخلفية, وذلك لأن الخلفية سيتم استئنائها وتبديلها بخلفيات أخرى في برامج المونتاج.

في الإعلان الذي سيستخدم في المشروع سيتم اختيار اللون الأخضر للخلفية, مع استخدام ألوان أخرى بعيدة عن هذا اللون للشخصية المصورة في الفيديو, فسيصور الفيديو بشكل اعتيادي ويحفظ بالصيغ المعروفة, وبعد ذلك ستنتم عملية المونتاج ويحدد اللون الأخضر ويتم حذفه واستبداله بخلفية أخرى من خلال برنامج Adobe After Effect, وللقيام بهذا العمل على أكمل وجه يجب التركيز على الحصول على تناسق بين حركة العناصر مع حركة الخلفية والأصوات بالإضافة إلى ضبط متقن ومعدات محددة وهي كما يلي:

- قطعة قماش خضراء اللون تستخدم كخلفية للإعلان المصور.
- نظام إضاءة يركز على الجسم المصور وعلى الخلفية من كل الجهات وبزوايا معينة تعمل هذه الإضاءة على إبراز العناصر عن الخلفية.
- كاميرا تصوير فيديو وكوابل.
- مايكروفون وكوابل صوت.
- حمالات أو رافعات لتثبيت القماش بشكل مناسب ومقوس أو يمكن استخدام المواد اللاصقة أو أي طريقة لتثبيت القماش.
- برامج مونتاج الفيديو المتخصصة بعمل تقنية الكروما.

سيقوم فريق العمل في هذا الإعلان بالشرح عن هذا المشروع، وذلك عن طريق تصوير أحد أفراد المشروع حيث سيقوم بالشرح عن المشروع عن احد الجوانب مثل المطبوع، وتصوير عضو آخر يقوم بالشرح عن الجانب الآخر وهو المتحرك أو المرئي.

### 3.2 إعلانات البرومو

في هذه النوع من الإعلانات تتم كافة العمليات على أجهزة الحاسوب ومن خلال برامج متعددة من أشهرها برنامج Adobe After effect وبرنامج 3d Max، حيث أن العناصر تبنى من خلال هذه البرامج وتضاف لها الحركات والتأثيرات المناسبة التي تؤدي دورها في إيصال الفكرة للمنتج مع ترك بصمة في ذهن المشاهد عن المنتج، تعتمد هذه الإعلانات بشكل كبير على الفكرة وعلى المهارة من المصمم، تصاغ كل الأفكار والتأثيرات والحركات على شكل فيديو وتضاف له الأصوات والموسيقى لزيادة الجمالية.

في هذا المشروع سيقوم فريق العمل بإخراج بعض الإعلانات القصيرة للمنتج من خلال نوعين قسمت حسب البرنامج الذي أخرجت من خلاله وهي كالآتي:

#### 1- إعلانات (after effect advertising)

في هذا الإعلان الذي يعتبر مصنوعا حيث أن المكونات وحركاتها وألونها وكل خصائصها من حجم وسرعة وغير ذلك تضبط من خلال برامج التصميم إضافة إلى برنامج الـ Adobe After Effect، الذي يختص بالحركة والمؤثرات وإخراجها على شكل فيديو بصيغ معينة تتناسب مع آلية العرض، ويبرز اختلاف هذا النوع من الإعلانات عن الإعلانات التصويرية بكونه مصنوعا بشكل تام على أجهزة الحاسوب وبرامج التصميم، كما يمكن استخدام بعض مقاطع الفيديو التصويرية في بعض المراحل لإضافة بعض التفاصيل وزيادة الجمالية.

حيث سيقوم فريق العمل بإخراج عددا من الفيديوهات من خلال هذا التقنية وستكون عبارة عن إعلانات للمنتج ستظهر فيه بعض خصائص المنتج وميزاته كنوع من الترويج والتسويق التجاري، ومنها ما سيكون للشعار واسم الشركة سنتخذ حركة معينة إضافة إلى استخدام بعض المؤثرات الصوتية التي تتناسب مع الفيديوهات.

## 2- إعلان (3D)

هو النوع الآخر الذي قام فريق العمل بالعمل عليه وهو عبارة عن إعلان يقوم المصمم ببنائه عن طريق برنامج الـ 3Ds Max, والذي يظهر البعد الثالث للعناصر وتضاف له المؤثرات من ألوان وحركات تتشابه إلى حد كبير مع الواقع, حيث تم ضبط الحركات عن طريق استخدام خط الزمن "time line", حيث يمكن الحصول على حركة تشبه تماما الحركة الواقعية من خلال ضبط الحركات ومن خلال عدد الصور المعروضة في الثانية الواحدة حيث اعتمد فريق العمل طريقة عرض "25" صورة في الثانية الواحدة ثم إضافة الكاميرا التي تقوم بتسجيل الحركة من الموقع المناسب واللقطة المراد عرضها وبعد إضافة التنسيقات والمؤثرات المناسبة وضبط الإضاءة والكاميرا تبقى عملية الإخراج حيث تتم هذه العملية عن طريق خاصية الـ "Render" تحدد فيها خصائص الفيديو والصيغة النهائية للفيديو بعد ذلك تتم عملية المونتاج على برامج المونتاج وإضافة بعض التأثيرات مثل المؤثرات الصوتية. وباستخدام هذه النوعية من الإعلانات, سيقوم فريق العمل بتصميم شخصية افتراضية تقوم بتجميع قطع الشعار المبعثرة ليظهر بشكله النهائي وقد تكون الشعار بتكوينه الصحيح.

### 3.4 صفحة الموقع الإلكتروني

تعتبر برمجة المواقع الإلكترونية اختصاصا منفردا بعيدا عن تخصص فريق العمل إلا أنهم أرادوا إتمام الحملة الإعلانية بكافة أجزائها وأشكالها لذلك قاموا بتصميم الواجهة للموقع والاستعانة بمبرمج لبرمجتها وربط صفحاتها مع بعضها البعض.

### 3.5 تحليل مفصل للأدوات والبرامج التي ستستخدم

#### 3.5.1 تحليل الأدوات التي ستستخدم

في هذا المشروع سيتم الاستعانة ببعض الأدوات في انجاز العمليات المطلوبة وهي كالآتي:

- أدوات الرسم اليدوية (أقلام رصاص - ورق - كرتون - لاصق - مقص).
- أجهزة حاسوب عالية المستوى والكفاءة (4 أجهزة).
- كاميرات تصوير فيديو لتصوير الإعلان التلفزيوني.
- معدات إضاءة وصوت لتسجيل الإعلان التلفزيوني.
- Scanner أو الماسح الضوئي لإدخال بعض الرسوم والأشكال اليدوية.
- خط شبكة انترنت لنقل الملفات والبحث عن الصور والملفات الصوتية والتواصل بين أعضاء الفريق.
- طابعه ملونه لمعاينه التصاميم والألوان.
- قماش كروما.
- خشب ودهان لتنفيذ عبوة المنتج وستاند العرض.

### 3.5.2 تحليل البرامج التي ستستخدم في التصميم المطبوع ( الثابت )

تعتمد تنفيذ الحملة الإعلانية على عمل تصاميم وإعلانات ثابتة ومتحركة والتي تعتمد بالدرجة الأولى على برامج صناعة وتصميم هذه الإعلانات، حيث أن للتصميم برامج خاصة. وقد تم استخدام عدد من البرامج في عملية التنفيذ حيث تضمنت البرامج التالية:

#### 1- Adobe Photoshop cs4 me

وهو البرنامج الأساسي في تصميم الإعلان والتصاميم المطبوعة حيث سيستخدم هذا البرنامج في تصميم

المطبوعات وإخراج الصور النهائية للمطبوعات.

ما يتميز به برنامج الـ Adobe Photoshop cs4 me

- المرونة في معالجة الصور وإضافة التأثيرات عليها.
- سهولة التعامل مع أدوات هذا البرنامج.
- إضافة النصوص وتحريرها وإضافة التأثيرات عليها واستخدامها كجزء من التصميم.
- التحكم في قياس ودقة التصاميم.
- احتوائه على الطبقات والتي تسمى بالـ Layer والتي تعمل على ترتيب الصور والنصوص المستخدمة والتأثيرات وإمكانية إخفاء وإظهار هذه الشرائح.
- سهولة التعديل والتراجع في العمل وحفظ التصميم.
- إمكانية إضافة وتحميل بعض المكملات "Blug ins" والستايلات والألوان للبرنامج.
- تعدد الصيغ النهائية التي يمكن إخراجها من البرنامج (JPEG-PNG-BMP-GIF PSD -EPS).

## Adobe Illustrator Cs4 me -2

سيستخدم هذا البرنامج في تصميم الشعار وبعض التصاميم.

### ما يتميز به برنامج الـ Adobe Illustrator Cs4 me

- يعمل هذا البرنامج بمبدأ الـ "vector" والتي تعطي دقة عالية للتصاميم دون التأثير بالمساحة
- صغر حجم الملفات التي يصدرها البرنامج.
- إضافة النصوص وتحريرها وإضافة التأثيرات عليها واستخدامها كجزء من التصميم.
- سهولة التعديل والتراجع في العمل.
- احتوائه على الطبقات والتي تسمى بالـ Layer والتي تعمل على ترتيب الصور والنصوص المستخدمة والتأثيرات وإمكانية إخفاء وإظهار هذه الشرائح.
- إمكانية إضافة وتحميل بعض المكملات "Blug ins" والستايلات والألوان للبرنامج.
- تعدد الصيغ النهائية التي يمكن إخراجها من البرنامج مثل (JPEG-PNG-BMP-GIF -EPS).

### Adobe Photo lightroom 3 -3

هو برنامج يستخدم للتعديل على اللون الصور وإضافة التأثيرات عليها, حيث سيستخدم البرنامج في التعديل على ألوان الصور التي ستخدم في العمل.

### ما يتميز به برنامج الـ Adobe Photo lightroom 3

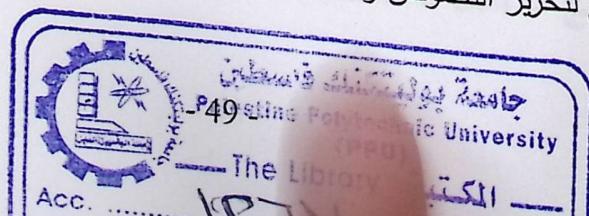
- سهولة التعامل مع الأدوات في الواجهة الرئيسية.
- يعطي تأثيرات لونية ومميزات جمالية.
- احتوائه على خيارات كثيرة للتأثيرات.

### Adobe Indesign Cs4 me -4

سيستخدم هذا البرنامج في إخراج التصاميم التي تخص الكatalog بشكل متسلسل على مجلة إعلانية وإضافة أرقام الصفحات وبعض النصوص, حيث يعتبر هذا البرنامج الأكثر شيوعاً لهذا الاستخدام.

### ما يتميز به برنامج الـ Adobe Indesign Cs4 me

- سهولة الأدوات وتشابها مع اغلب برامج adobe.
- تعامله مع صيغ متعددة للملفات المدخلة مثل JPEG – PSD – PDF.
- عند التعديل على الملفات المدخلة إليه من قبل البرامج الأخرى لشركة Adobe فإنه يقوم بتحديث هذه التعديلات على الملفات الموجودة بداخله.
- تعامله بمبدأ الـ "vector" والتي تعطي الدقة العالية للتصاميم والنصوص.
- يعتبر احد البرامج لتحرير النصوص وتنسيقها والأكثر شيوعاً في هذا المجال للتصميم.



### 3.5.3 تحليل البرامج التي ستستخدم في التصميم المرئي (المتحرك)

كما هو الحال في التصميم المطبوعة ووجود البرامج التي تخصصها أيضا هناك برامج تختص بالتصميم المتحركة وهي كالآتي:

#### 1- Adobe Audition Cs4

سيستخدم هذا البرنامج في معالجة الصوت والتسجيل الصوتي وإخراجه بالطريقة المناسبة حيث يتخصص هذا البرنامج في إخراج الأصوات بدقة عالية ومعالجته بسهولة وببسر.

#### ما يتميز به برنامج الـ Adobe Audition Cs4

- إمكانية معالجة الصوت والتحكم بخصائصه.
- تعدد الصيغ والامتدادات لملفات الصوت المخرجة والتحكم بجودته.
- إمكانية دمج أكثر من صوت بنفس الملف الصوتي المخرج.

#### 2- Adobe Premiere Cs4

سيستخدم هذا البرنامج في إعداد فيديو الإعلان التلفزيوني المصور والبرومو حيث انه البرنامج الأكثر شيوعا الذي يتم من خلاله تعديل الفيديو ومعالجته ليصل بالنهاية إلى فيديو كامل متواصل.

#### ما يتميز به برنامج الـ Adobe Premiere Cs4

- وضوح الواجهة الرئيسية للبرنامج
- سهولة التعامل مع الأدوات والقوائم.
- إمكانية إضافة النصوص والصور إلى ملف العمل.
- تعدد الخيارات للصيغ النهائية للملفات.
- يتعامل مع عدد كبير من صيغ الفيديو.
- يشمل هذا البرنامج على شاشتين الأولى تعرض شاشة العمل والثانية تعرض العمل بالشكل النهائي.

### 3- Adobe Dreamweaver Cs4

سيستخدم هذا البرنامج في إعداد صفحة الويب الخاصة بموقع الشركة بالتصميم المطلوب والمحتويات المطلوبة, حيث سيتم الاعتماد عليه في بناء صفحة الويب وإخراجها بالشكل النهائي.

#### ما يتميز به برنامج الـ Adobe Dreamweaver Cs4

- إمكانية بناء صفحة ويب من خلاله.
- يمكن من خلاله التعديل على ألوان وأحجام النصوص المدخلة من خلاله.
- إمكانية تنسيق أبعاد الصور والمدخلات.
- سهولة إضافة الصور والصوت وملفات الفلاش داخل محتوى الصفحة.
- يعتبر البرنامج الأكثر شيوعاً في بناء صفحات الويب وتطويرها وتحديثها
- إمكانية ربط الصفحة بقواعد البيانات والصفحات الأخرى.
- يدعم أكثر من لغة برمجية.

#### Autodesk 3Ds Max 2011 -4

سيستخدم هذا البرنامج في تنفيذ الهيكل العام لعبوة المنتج بشكل ثلاثي الأبعاد، ومعاينتها بشكل دقيق وإخراجها بصورة مميزة مع إضافة بعض التأثيرات اللونية عليها، كما سيستخدم في عمل إعلان قصير متحرك لعرض الشعار والاسم التجاري.

#### ما يتميز به برنامج الـ Autodesk 3Ds Max 2011

- عرض التصميم بشكل ثلاثي الأبعاد.
- يمكن من خلال هذا البرنامج التوصل إلى تصميم مشابه للواقع من تأثيرات وإضاءة وحركة.
- تعدد صيغ العمل النهائي مثل صور وعدد كبير من صيغ الفيديو.
- إمكانية إضافة تأثيرات ومكونات خارجية على البرنامج.
- الدقة العالية في التصميم.

#### Adobe After Effects Cs4 -5

سيستخدم هذا البرنامج في إعداد وإخراج إعلانات البرومو والإعلان التلفزيوني المصور ( تقنية

chroma).

#### ما يتميز به برنامج الـ Adobe After Effects Cs4

- إمكانية تحريك الصور والنصوص بشكل ثنائي الأبعاد وثلاثي الأبعاد.
- إمكانية تصدير العمل النهائي بعدة صيغ وامتدادات مثل "avi".
- إمكانية إضافة الكثير من المؤثرات والتي تعطي تأثيرات متنوعة.
- استخدام الطبقات "layer" في هذا البرنامج مما يسهل التحكم بعناصر العمل.

• إمكانية إدخال ملفات الفيديو والصوت إلى ملف العمل والتعديل عليها وإضافة المؤثرات.

4.1.2 التصميم المطبوع النهائي

4.2 تطبيق التصميم المرئية المتحركة

4.2.1 برامج المتقدمة في تطبيق التصميم المرئية المتحركة

4.2.2 للتصميم المرئية والمتحركة النهائية

4.3 تطبيق صفحة الموقع الإلكتروني

4.4 نص المشروع

4.5 إرشادات الاستخدام



Some Cosmetics

# التطبيق والفحص

4.1 تطبيق التصميم المطبوعة

4.1.1 البرامج المستخدمة في تطبيق التصاميم المطبوعة

4.1.2 التصاميم المطبوعة النهائية

4.2 تطبيق التصاميم المرئية المتحركة

4.2.1 البرامج المستخدمة في تطبيق التصاميم المرئية المتحركة

4.2.2 التصاميم المرئية والمتحركة النهائية

4.3 تطبيق صفحة الموقع الالكتروني

4.4 فحص المشروع

4.5 إرشادات الاستخدام

الفصل الرابع: التطبيق والفحص

4.1 تطبيق التصاميم المطبوعة

4.1.1 البرامج المستخدمة في تطبيق التصاميم المطبوعة

بعد الانتهاء من وضع الخطوط الأولية للتصاميم واعتماد التصاميم عن طريق الأشكال والرسوم اليدوية تم

البدء بالتطبيق على أجهزة الحاسوب مع مراعاة كل المعلومات التي وضحت سابقا من حيث العناصر والقياسات

والألوان والتكوينات، علما أن أمر التطبيق أصبح أمرا أكثر سهولة لان الخطوط الرئيسية أصبحت واضحة والعناصر الأساسية تم الاتفاق عليها سابقا.

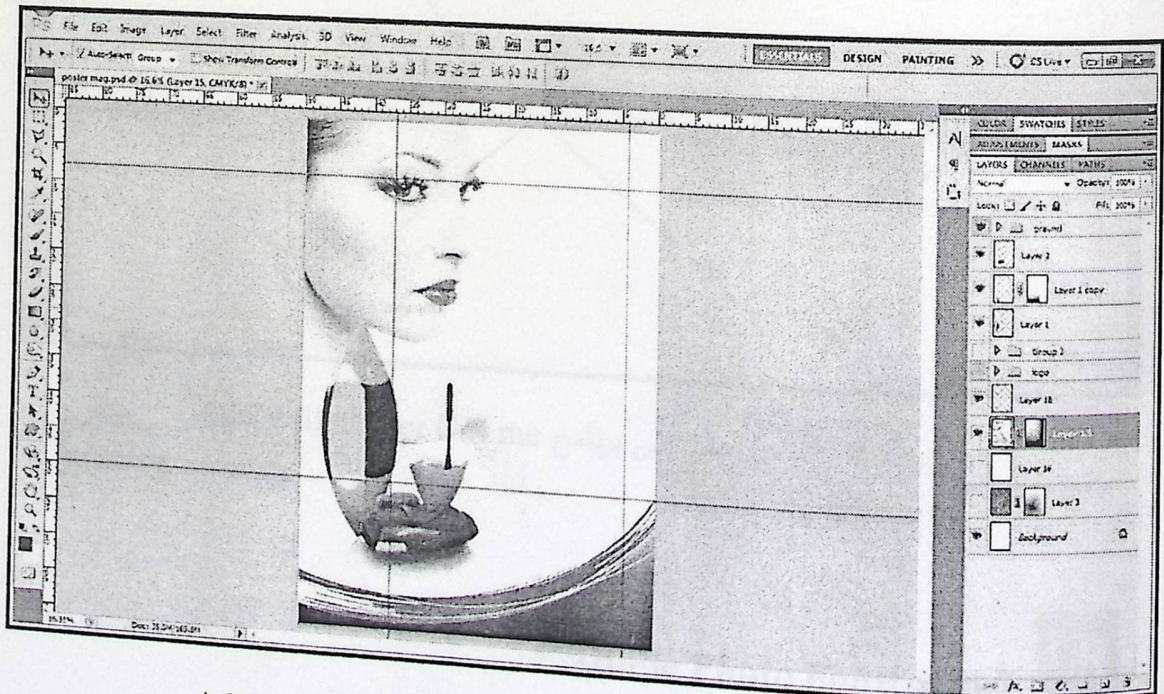
حيث تم استخدام البرامج التالية في تطبيق التصميم المطبوعة:

## 1- Adobe Photoshop cs4 me

استخدم هذا البرنامج في تصميم المطبوعات وإخراجها بالصيغ النهائية.



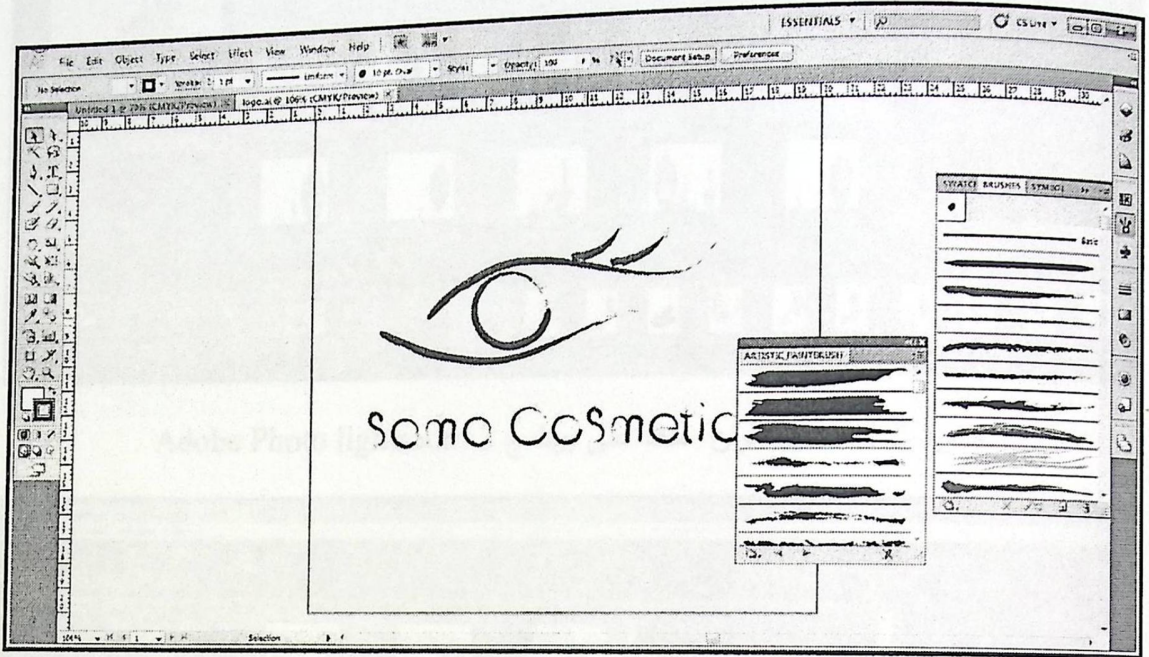
صورة 4.1 تصميم منفذ على برنامج Adobe Photoshop cs4 me



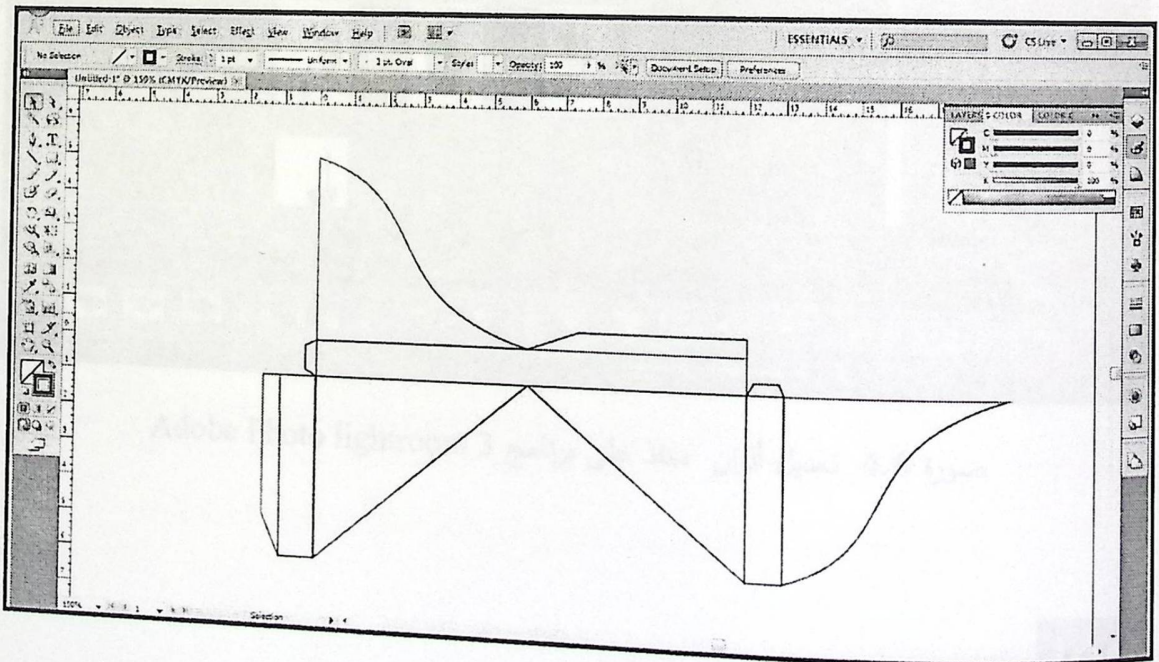
صورة 4.2 تصميم منفذ على برنامج Adobe Photoshop cs4 me

## Adobe Illustrator Cs4 me -2

استخدم هذا البرنامج في تصميم الشعار وبعض التصاميم.



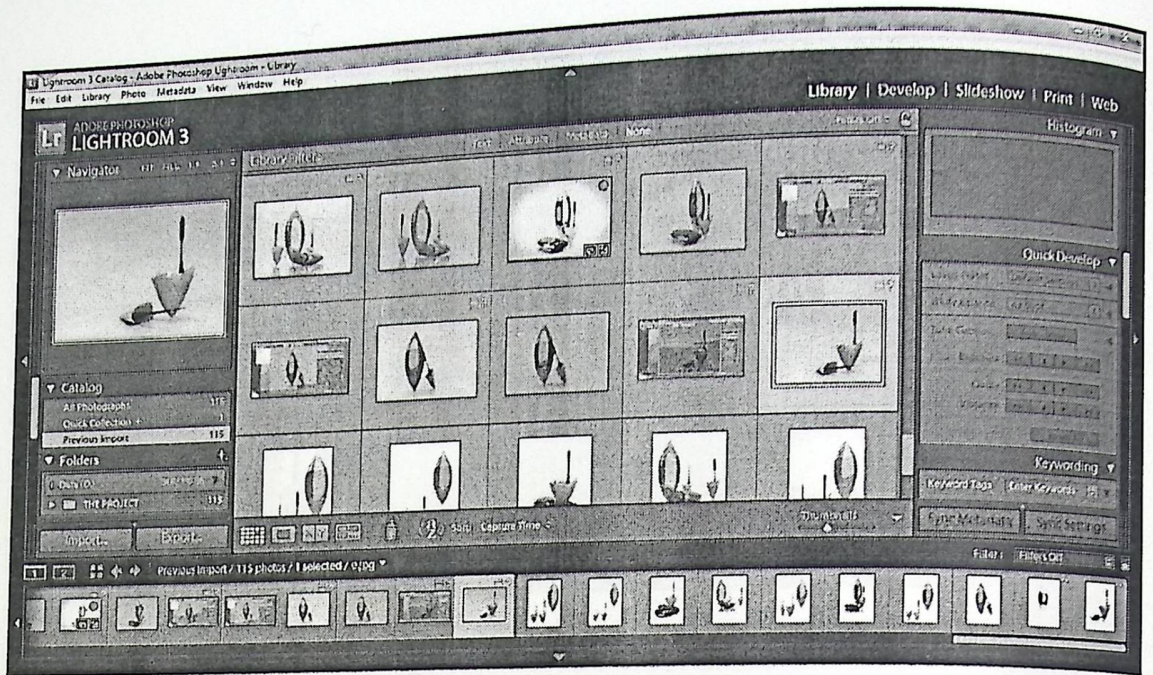
صورة 4.3 الشعار منفذ على برنامج Adobe Illustrator Cs4 me



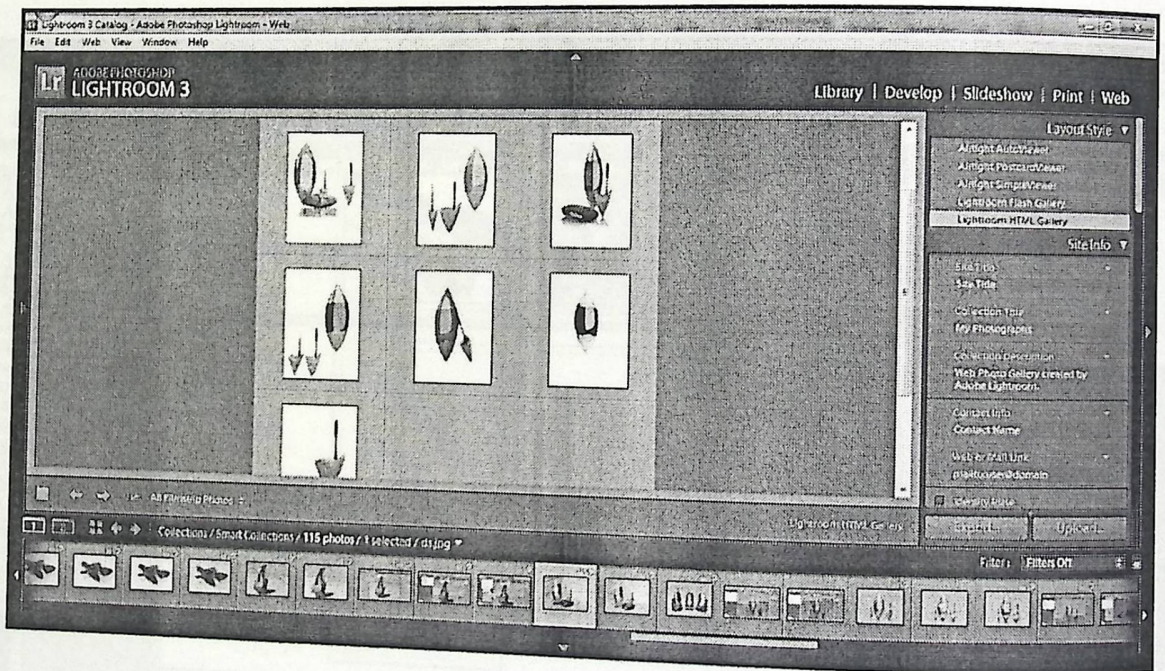
صورة 4.4 تصميم منفذ على برنامج Adobe Illustrator Cs4 me

## Adobe Photo lightroom 3 -3

استخدم هذا البرنامج في تعديل الألوان لبعض الصور المستخدمة في التصاميم.



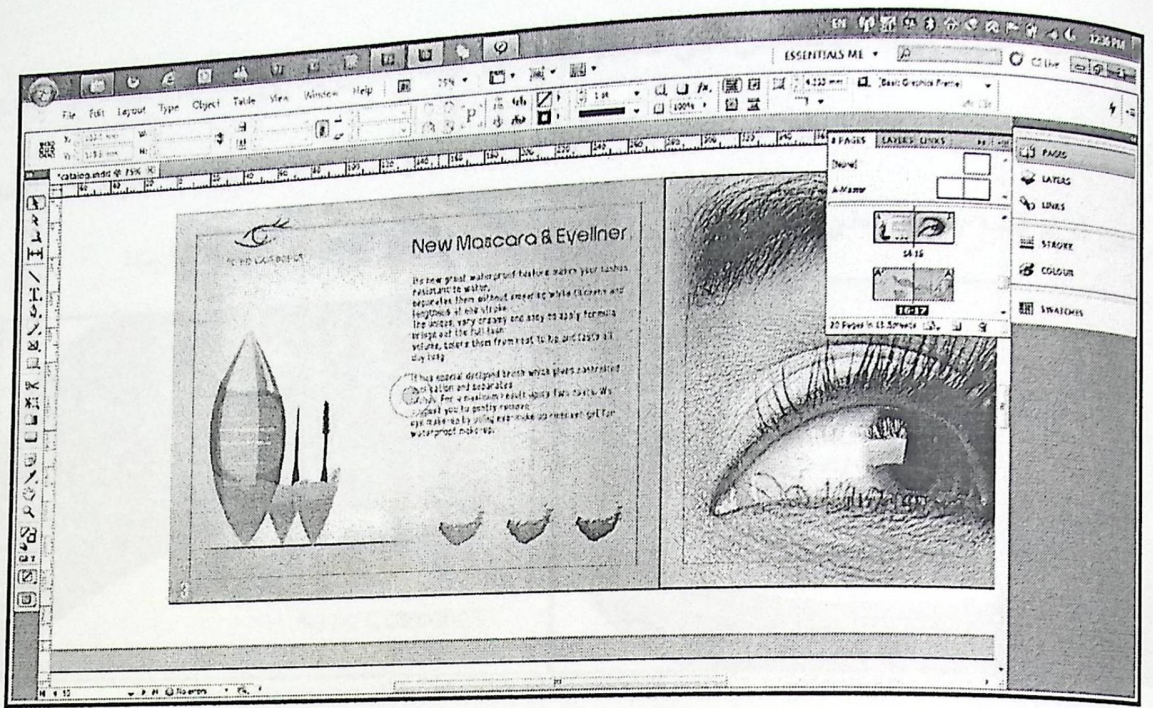
صورة 4.5 تعديل ألوان منفذ على برنامج Adobe Photo lightroom 3



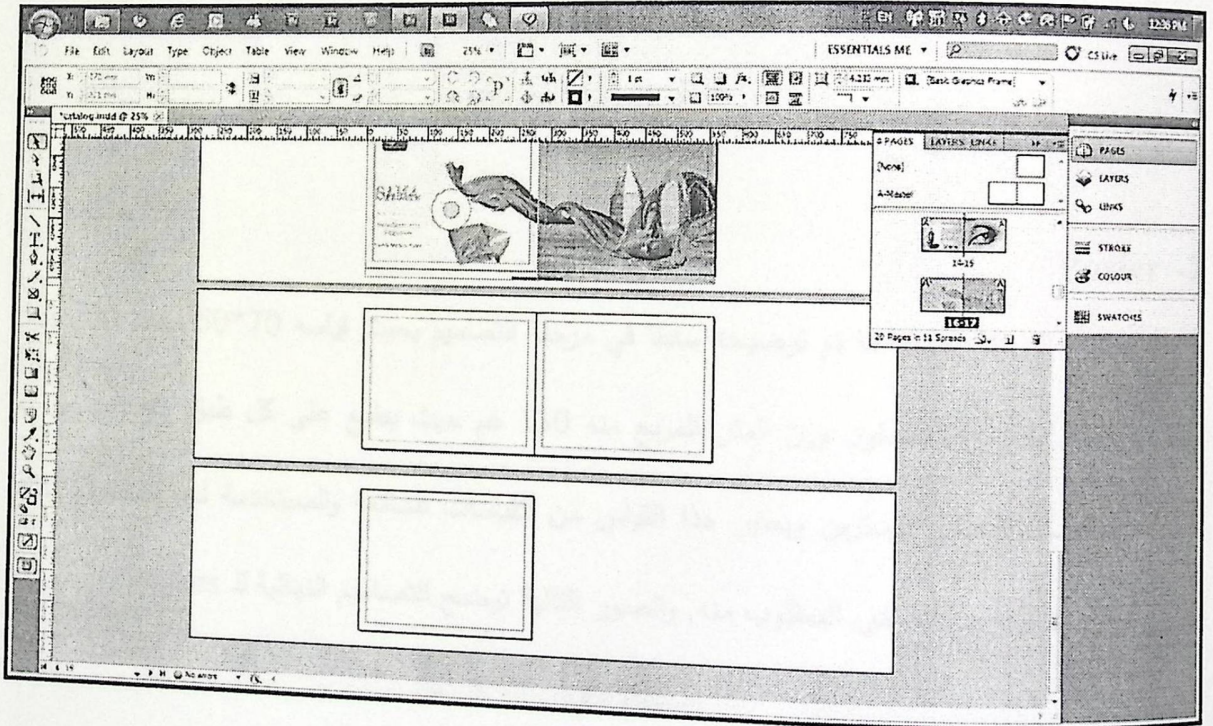
صورة 4.6 تعديل ألوان منفذ على برنامج Adobe Photo lightroom 3

## Adobe Indesign Cs4 me -4

استخدم هذا البرنامج في تصدير الكتالوج.



صورة 4.7 إخراج الكتالوج منفذ على برنامج Adobe Indesign Cs4

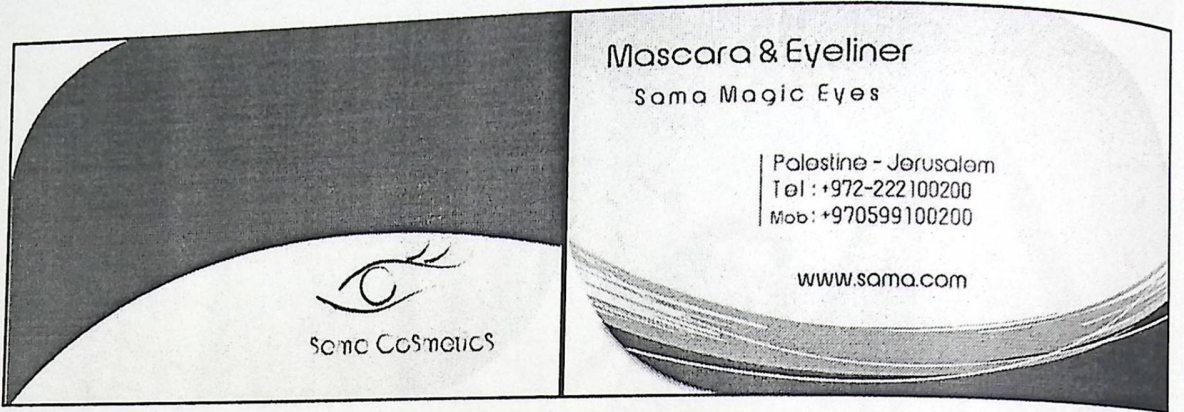


صورة 4.8 إخراج الكتالوج منفذ على برنامج Adobe Indesign Cs4

## 4.1.2 التصميم المطبوعة النهائية

### -1 Business Card

تم تطبيق الكرت حسب الخصائص التي حددت سابقا من حيث القياس وتوزيع العناصر حيث أن قياس الكرت 5\*9 سم وبدقة 300 dpi وتمت طباعته على ورق مصقول وزن المتر المربع منه 180 غم على الوجهين ثم تم قصه بحيث يعطي الشكل المطلوب، والصور التالية توضح التصاميم النهائية للكرت:



صورة 4.9 التصميم النهائي للكرت الوجه الأول والثاني

## Poster -2

تم تطبيق البوستر حسب ما تم توضيحه سابقا في مرحلة التصميم بحيث قياسه 50\*70 وبدقة 200 dpi وتمت طباعته على ورق مصقول وزن المتر المربع منه 130 غم حيث يطبع على كل طبق منه بوسترين ثم يقص من النصف ليعطي بوسترين ويعتبر هذا القياس من القياسات الشائعة والمستخدمه لهذا التصميم وذلك لتوفير الورق وتناسبه مع الغرض المطلوب منه، والصور التالية توضح التصاميم النهائية لل Posters:



# SAMA

Cosmetics

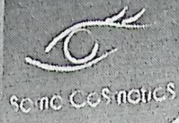
## New Mascara & Eyeliner

Sama Magic Eyes

extreme volume mascara  
mascara & eyeliner  
www.sama.com

www.sama.com

صورة 4.10 التصميم النهائي للبوستر (1)

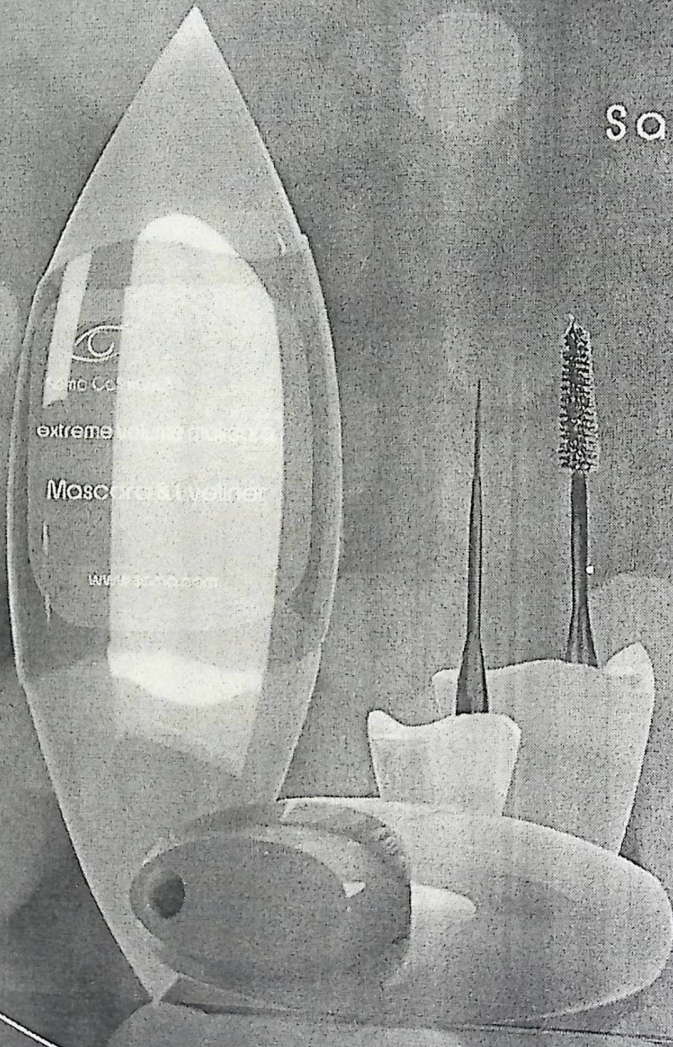


# SAMA

Cosmetics

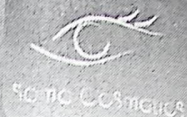
## New Mascara & Eyeliner

Sama Magic Eyes



[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 4.11 التصميم النهائي للبوستر (2)



# SAMA

Cosmetics

## New Mascara & Eyeliner

### Sama Magic Eyes

Sama Cosmetics

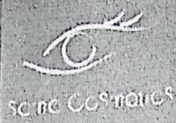
extreme volume mascara

Mascara & Eyeliner

[www.sama.com](http://www.sama.com)

[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 4.12 التصميم النهائي للبوستر (3)



# SAMA

cosmetics

## New Mascara & Eyeliner

Sama Magic Eyes

you're mascara  
& Eyeliner  
www.sama.com

www.sama.com

صورة 4.13 التصميم النهائي للبوستر (4)

### 3- X-Stand

تم تطبيق الستاند بناء على ما تم توضيحه سابقا حيث تم تصميمه بقياس 60\*160 سم وبدقة 100 dpi وتمت طباعته على خامة تدعى "PAT" وتعتبر هذه الخامة من أفضل الخامات المتوفرة في السوق المحلية لجودتها العالية ووضوح الطباعة عليها , والصور التالية توضح التصميم النهائية للـ x-stand:

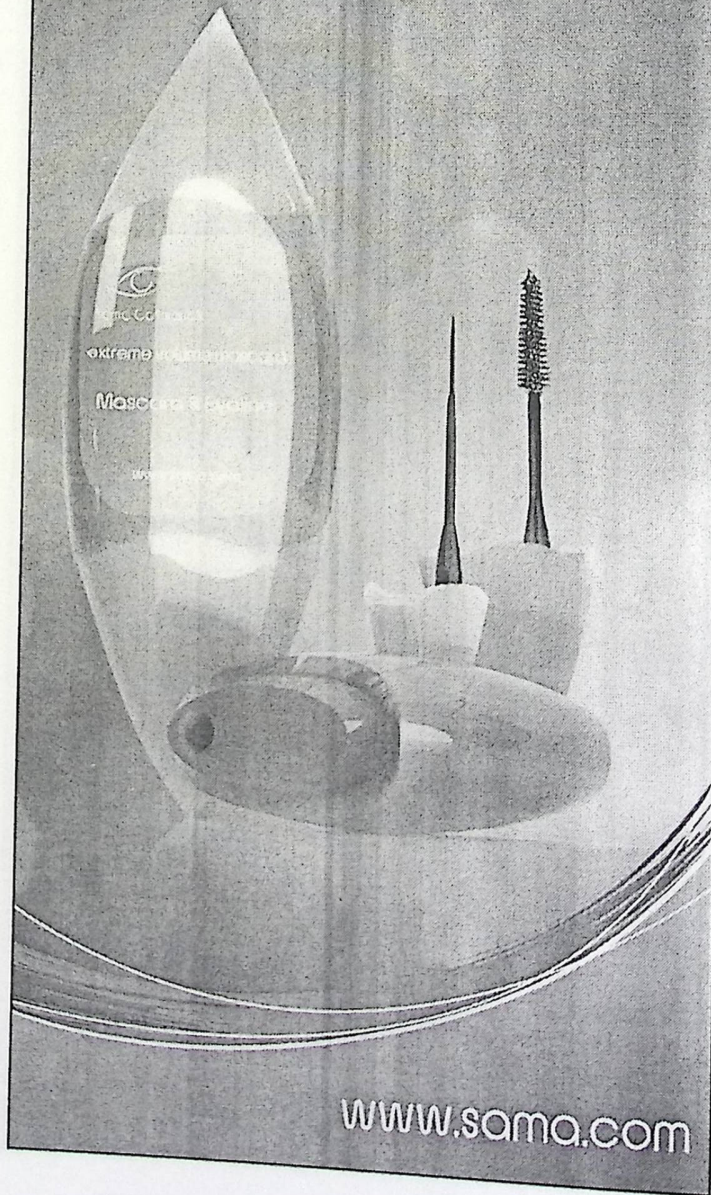


# SAMA

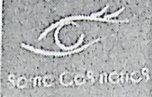
cosmetics

## New Mascara & Eyeliner

Sama Magic Eyes



صورة 4.14 التصميم النهائي X-Stand (1)

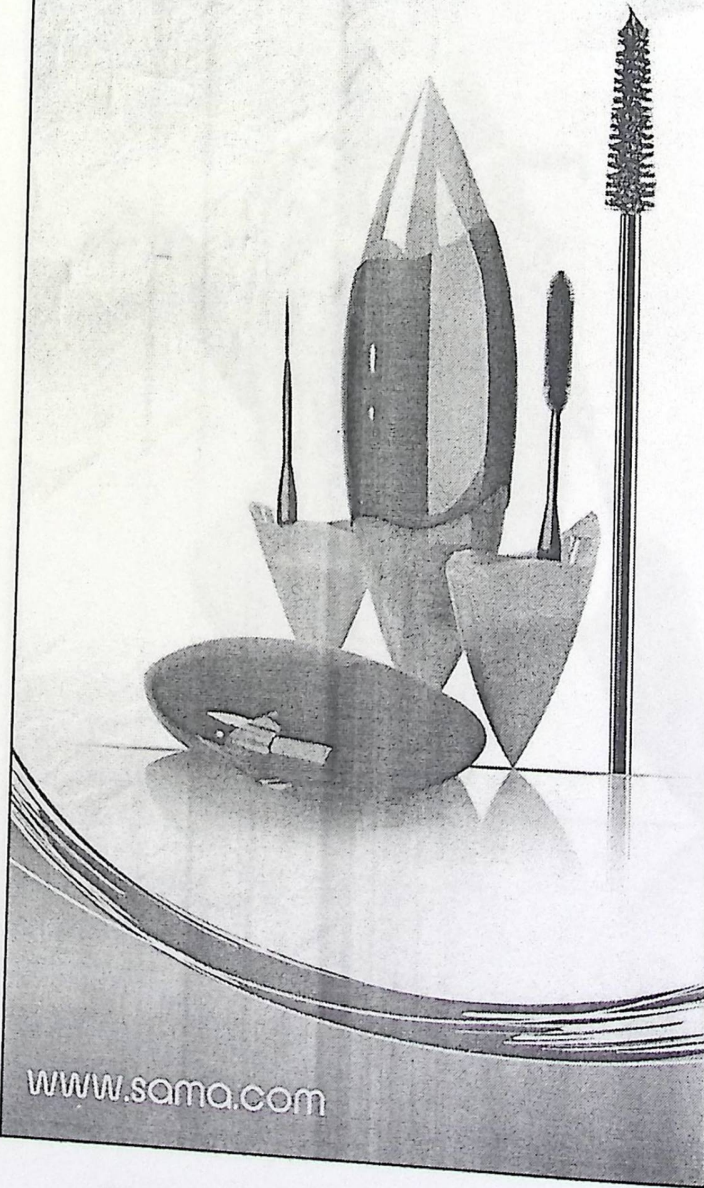


# SAMA

C o s m e t i c s

## New Mascara & Eyeliner

### Sama Magic Eyes



[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 4.15 التصميم النهائي X-Stand (2)



# SAMA

cosmetics

## New Mascara & Eyeliner

### Sama Magic Eyes



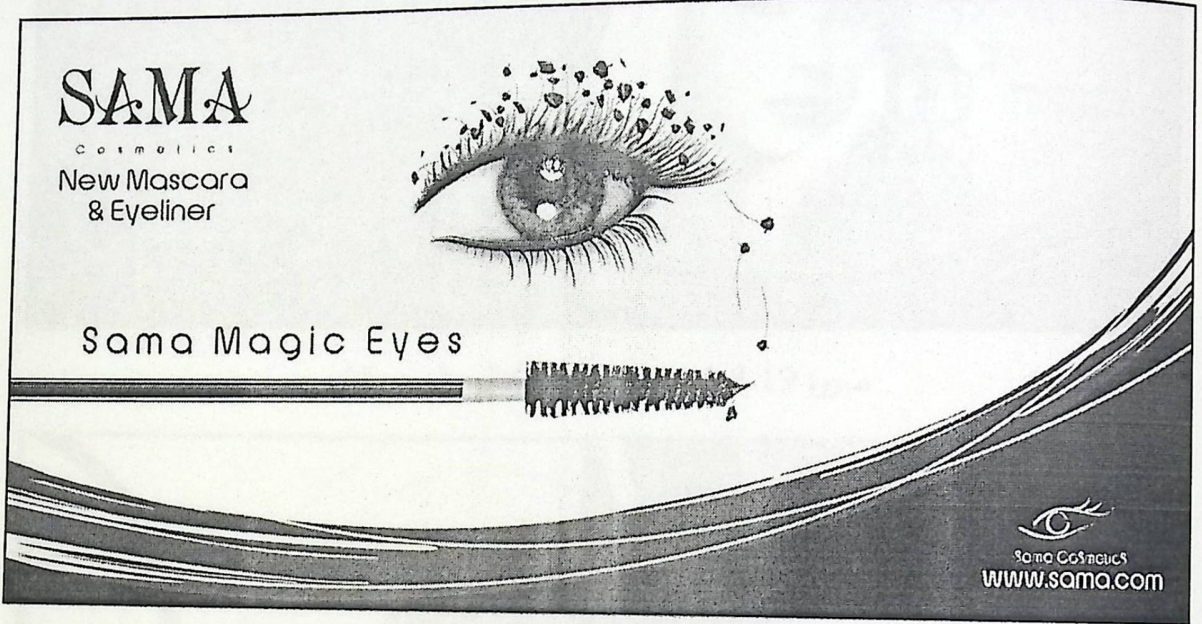
[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 4.16 التصميم النهائي X-Stand (3)

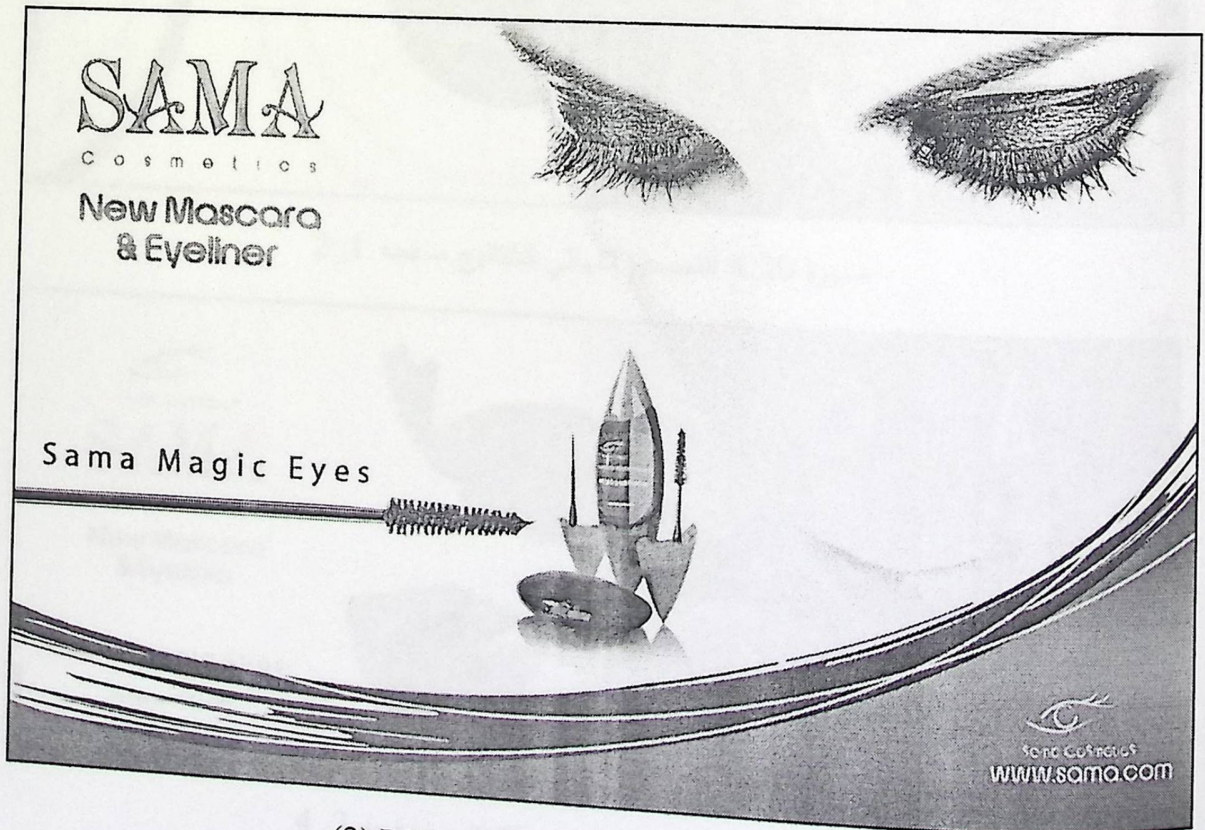
تم تطبيق Billboard حسب توزيع العناصر الذي تم إيضاحه في فصل التصميم وتم اعتماد القياس التالي 3\*1.5 متر وبدقة 45 dpi حيث أن هذا القياس اعتمد من خلال طبيعة الموقع الذي سيعرض فيه.

كما تم عمل تصميم آخر بقياس 6\*3.5 متر وبدقة 30 dpi, والصور التالية توضح التصاميم النهائية لل

Billboards:

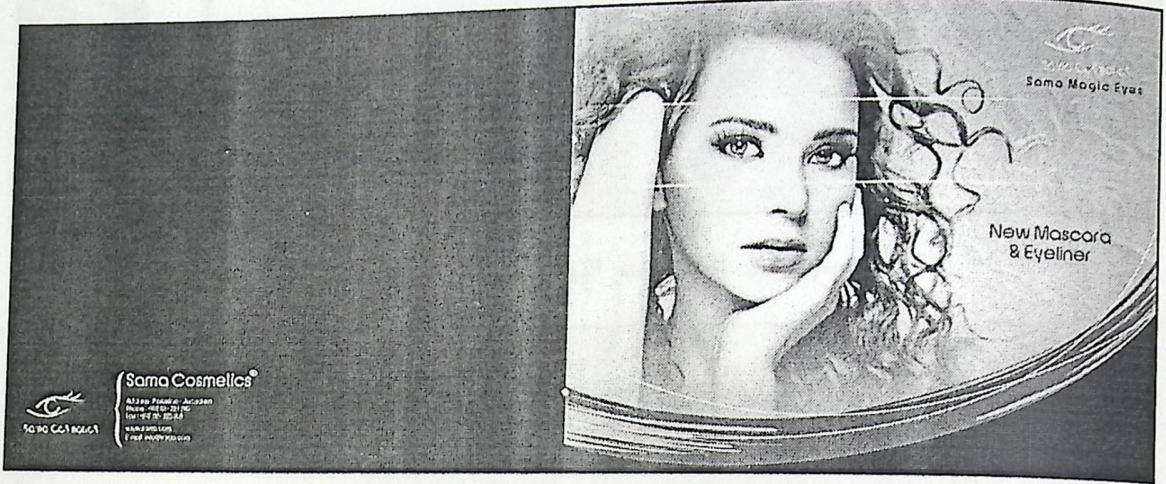


صورة 4.17 التصميم النهائي Billboard (1)



صورة 4.18 التصميم النهائي Billboard (2)

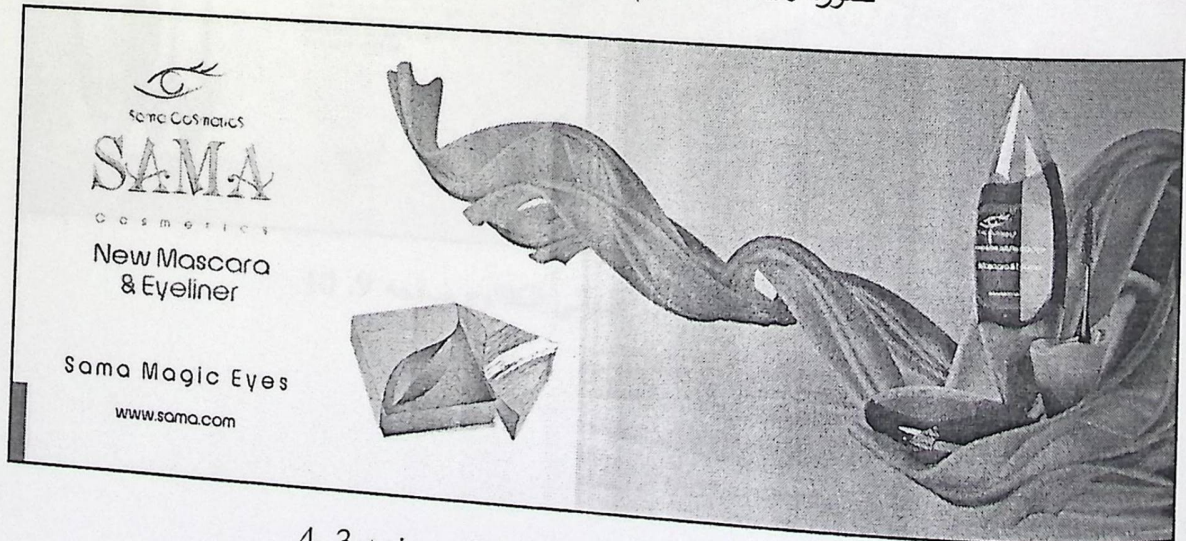
تم تطبيق صفحات الكتالوج والبالغ عددها 20 صفحة بقياس 22\*24 وهو قياس يعرف بالكوارتر وبدقة 300dpi, والصور التالية توضح التصميم النهائية لصفحات الكتالوج:



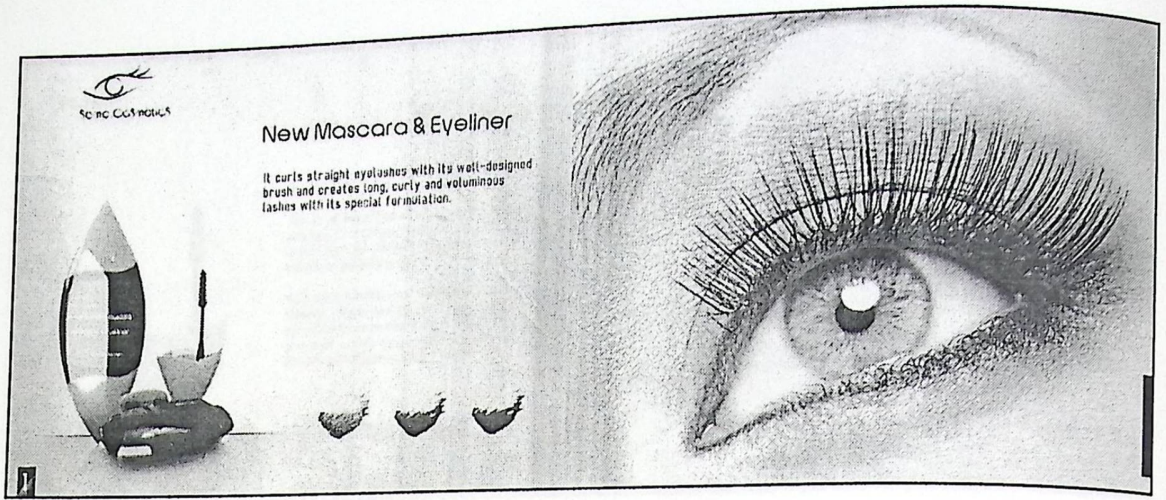
صورة 4.19 التصميم النهائي للكتالوج الوجه والظهر



صورة 4.20 التصميم النهائي للكتالوج صفحة 1, 2



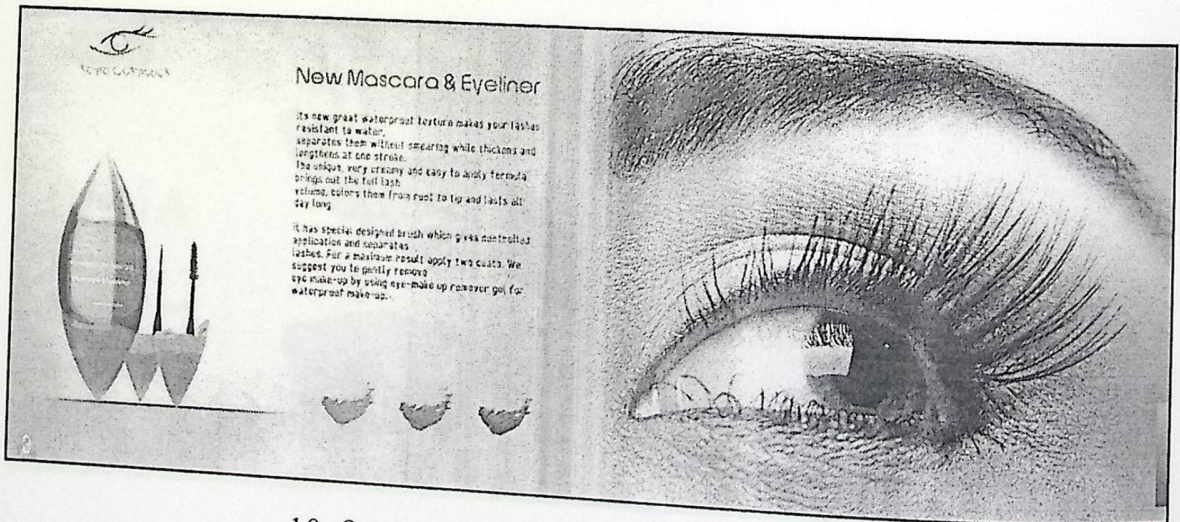
صورة 4.21 التصميم النهائي للكتالوج صفحة 3, 4



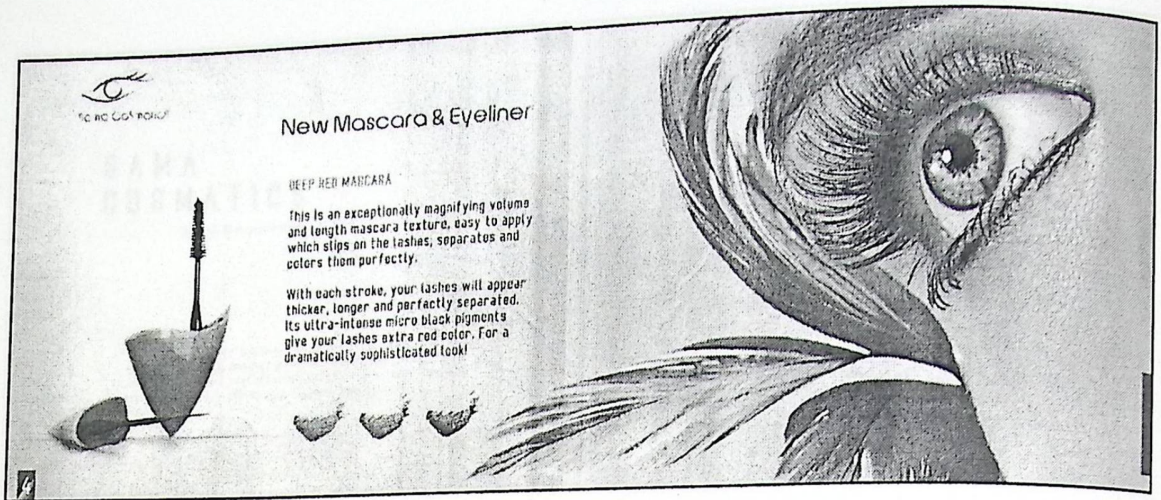
صورة 4.22 التصميم النهائي للكتالوج صفحة 5, 6



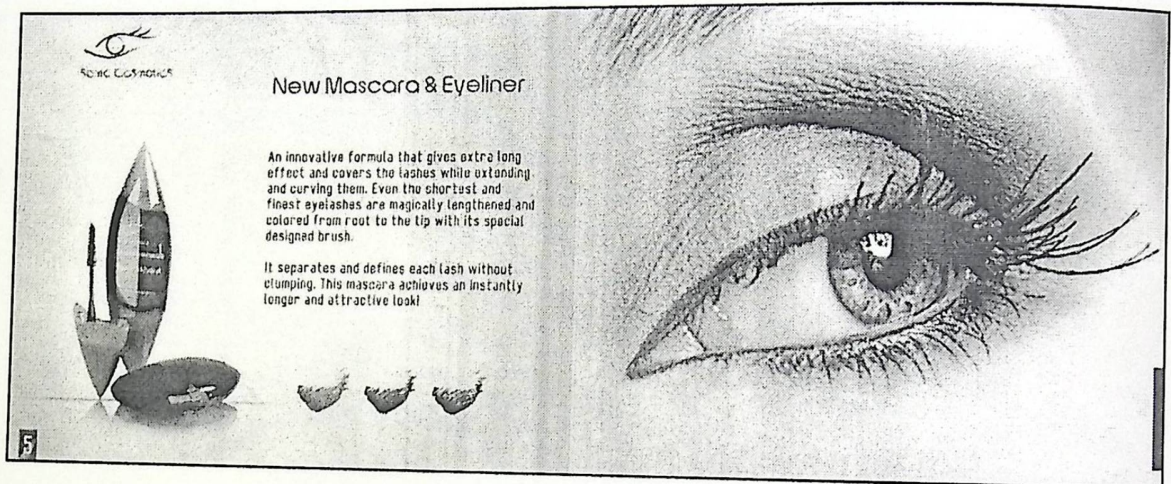
صورة 4.23 التصميم النهائي للكتالوج صفحة 7, 8



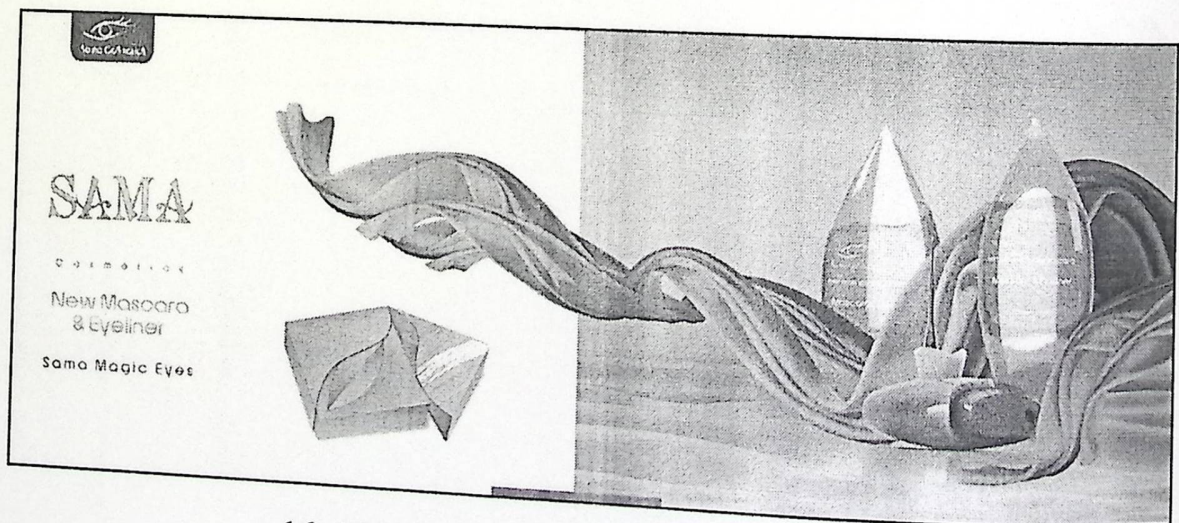
صورة 4.24 التصميم النهائي للكتالوج صفحة 9, 10



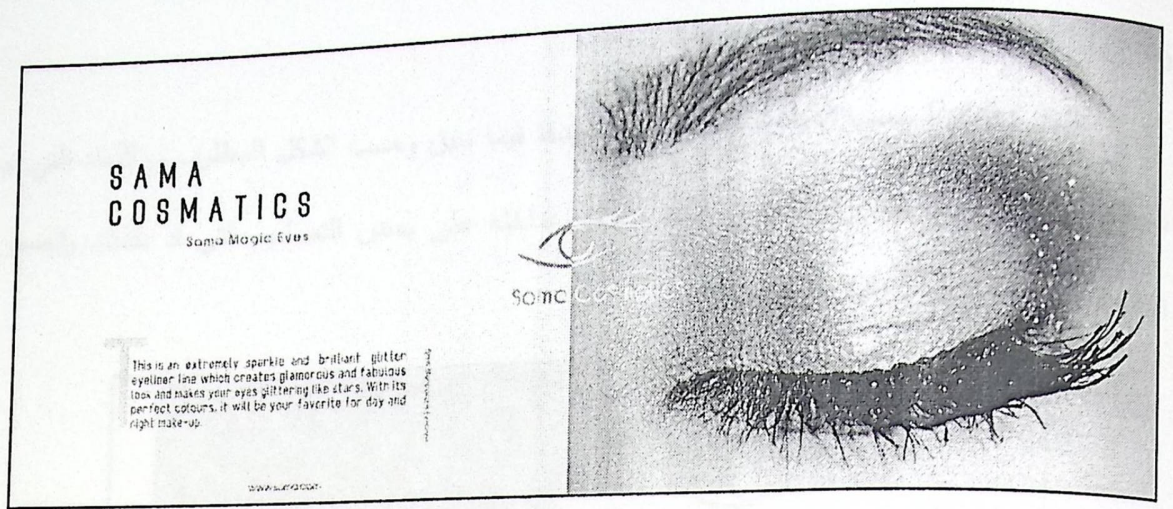
صورة 4.25 التصميم النهائي للكتالوج صفحه 11, 12



صورة 4.26 التصميم النهائي للكتالوج صفحه 13, 14



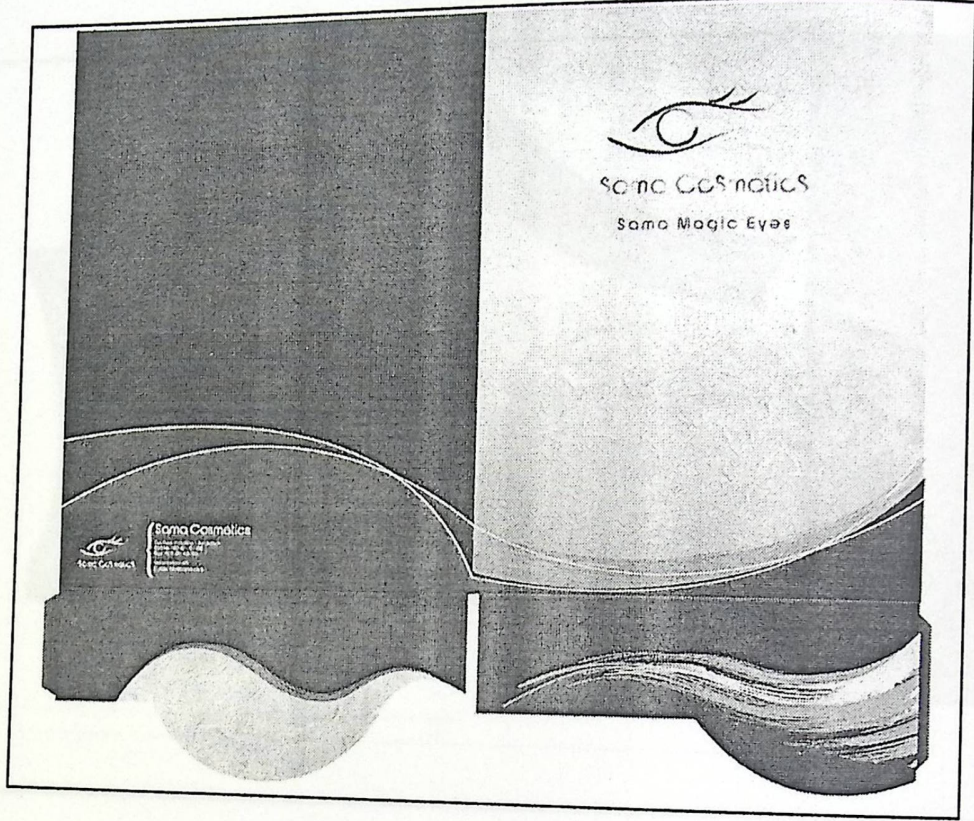
صورة 4.27 التصميم النهائي للكتالوج صفحه 15, 16



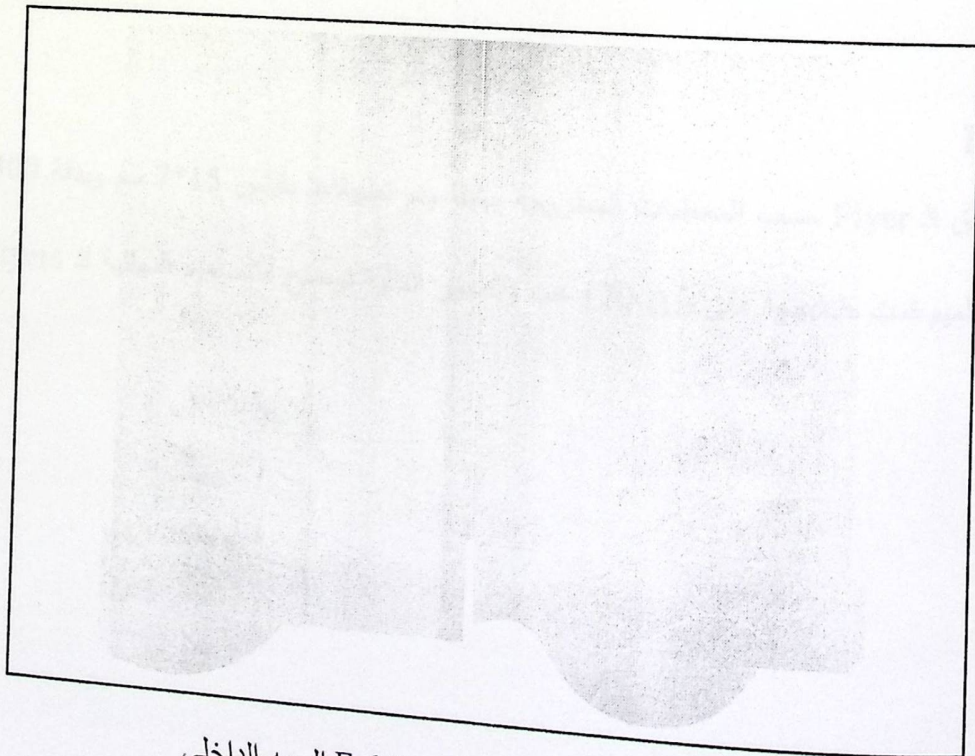
صورة 4.28 التصميم النهائي للكتالوج صفحة 17, 18

## Folder -6

تم تطبيق Folder حسب المواصفات التي تم تحديدها فيما سبق وحسب الشكل المطلوب وبالأبعاد التي تم تحديدها وهي 23\*31 سم، وبدقة 300 dpi، ليحتوي بداخله على بعض التصاميم التي قد نفذت، والصور التالية توضح التصاميم النهائية لل Folder:



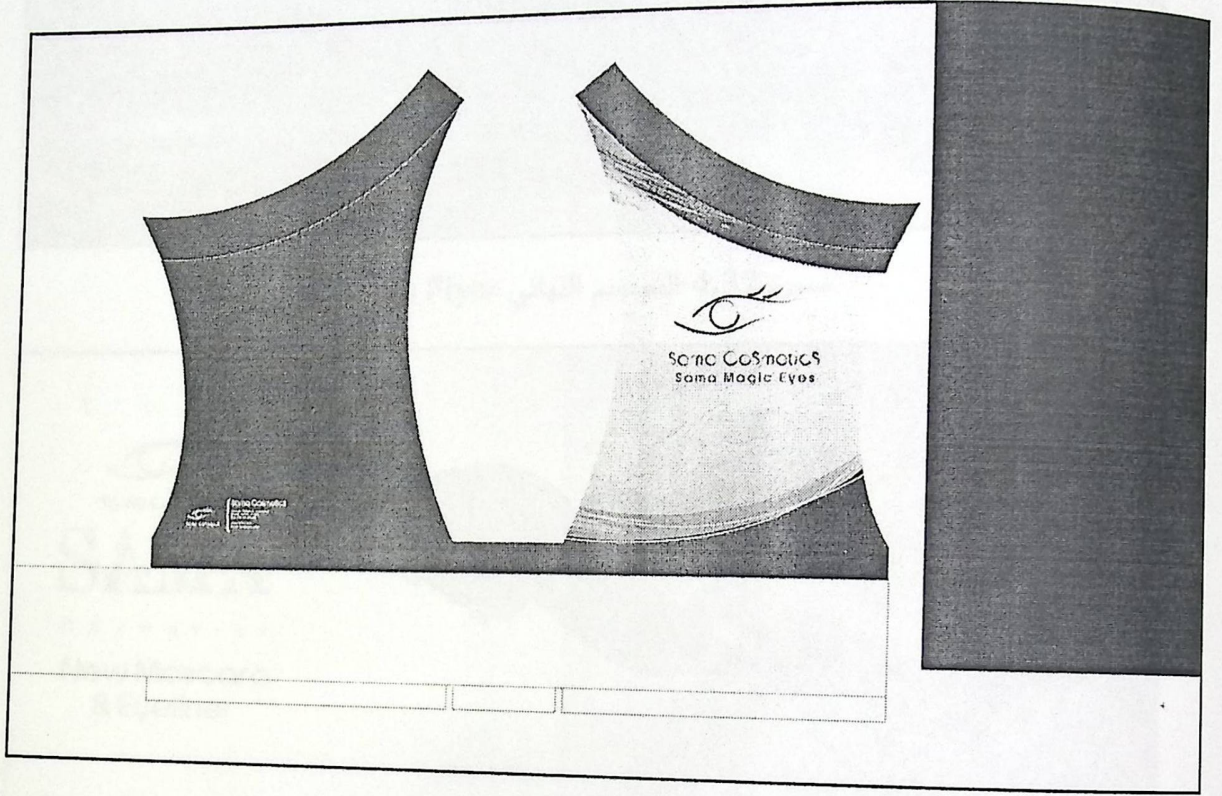
صورة 4.29 التصميم النهائي Folder الوجه الخارجي



صورة 4.30 التصميم النهائي Folder الوجه الداخلي

## 7- الحقيبة (الكيس)

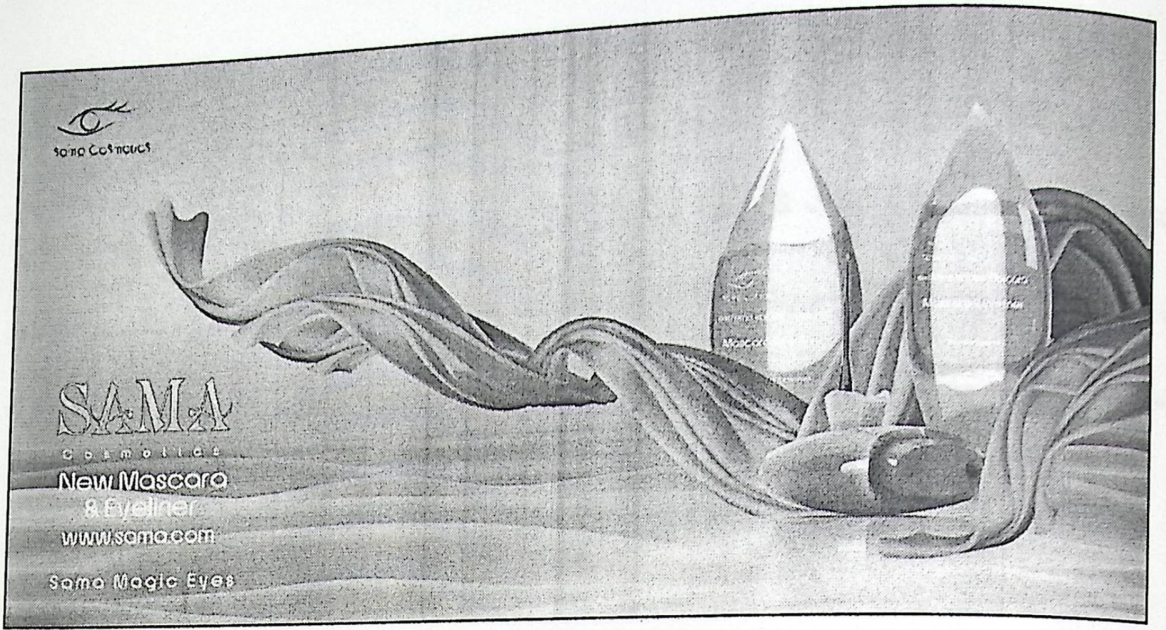
تم تطبيق الحقيبة ( الكيس ) حسب الشكل المطلوب وقياس 20\*30 سم وبدقة dpi300, وتم طباعتها على ورق وزن المتر المربع منه 240 غم, ثم قصت بالشكل المطلوب وجمعت لتعطي الشكل النهائي لها, والصورة التالية توضح الشكل النهائي للحقيبة قبل القص والتشكيل:



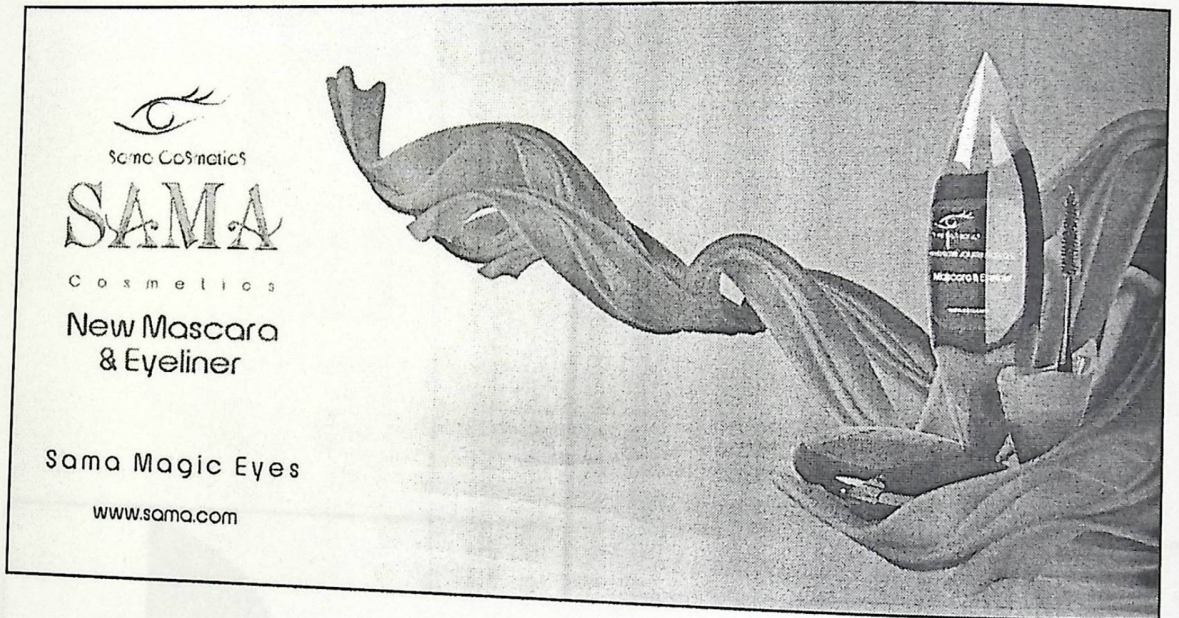
صورة 4.31 التصميم النهائي للحقيبة (الكيس)

## 8- Flyer

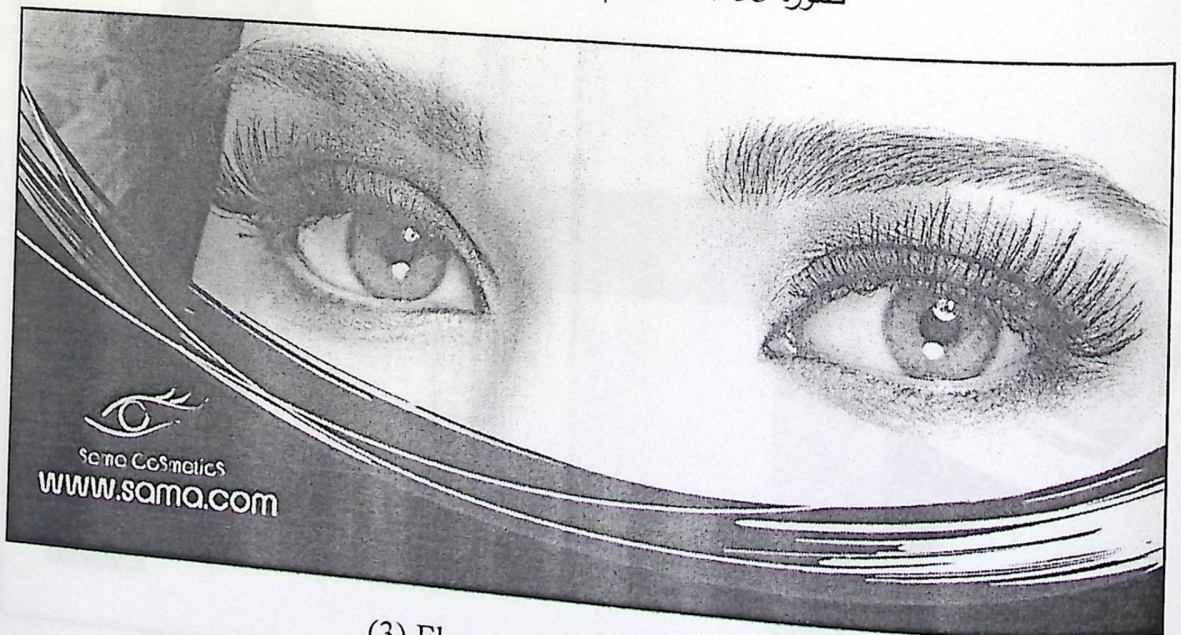
تم تطبيق الـ Flyer حسب المعطيات المطروحة سابقا وتم تطبيقها بقياس 15\*7 سم وبدقة dpi300, وتم عمل 3 تصاميم تمت طباعتها على ورق 170 غم, والصور التالية توضح التصاميم النهائية لـ Flyers:



صورة 4.32 التصميم النهائي Flyer (1)



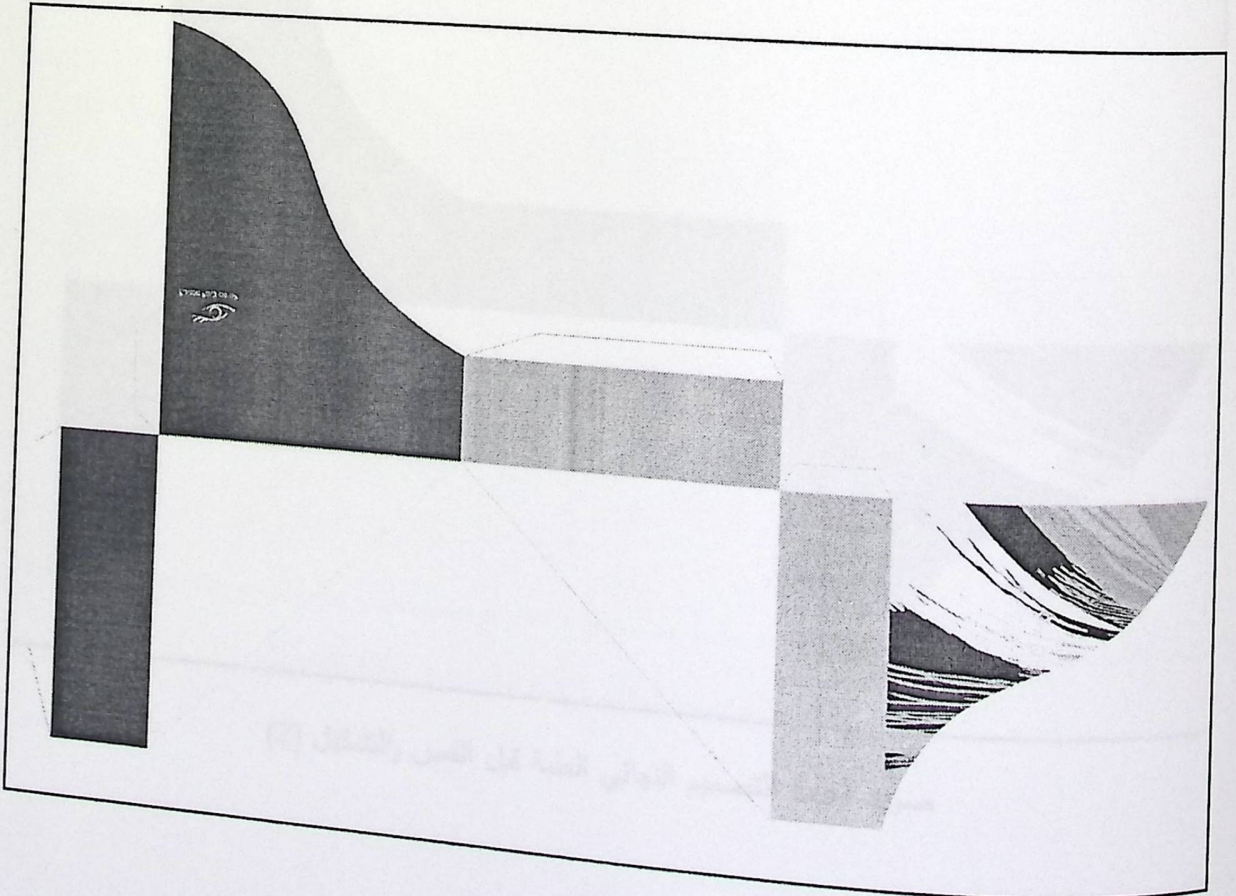
صورة 4.33 التصميم النهائي Flyer (2)



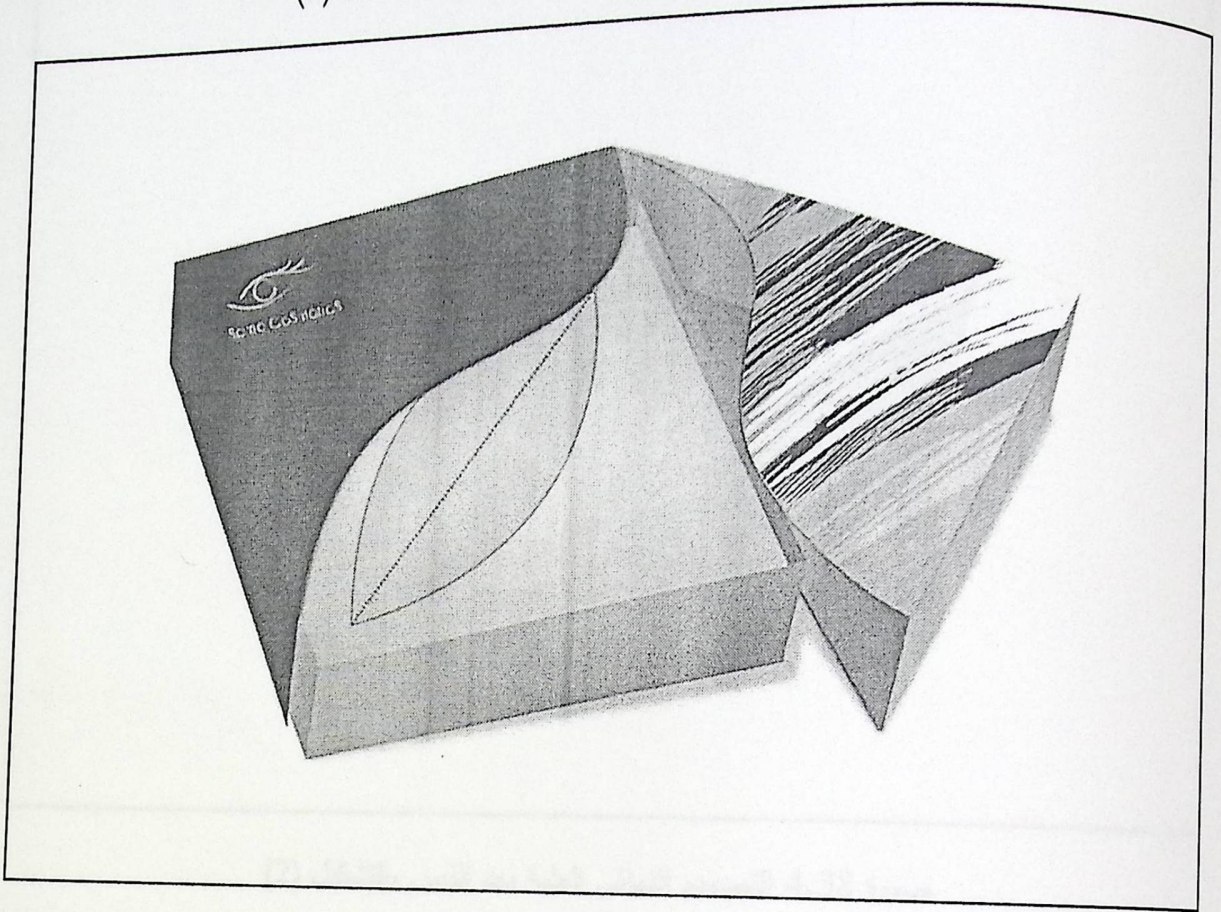
صورة 4.34 التصميم النهائي Flyer (3)

## 9- العلبه

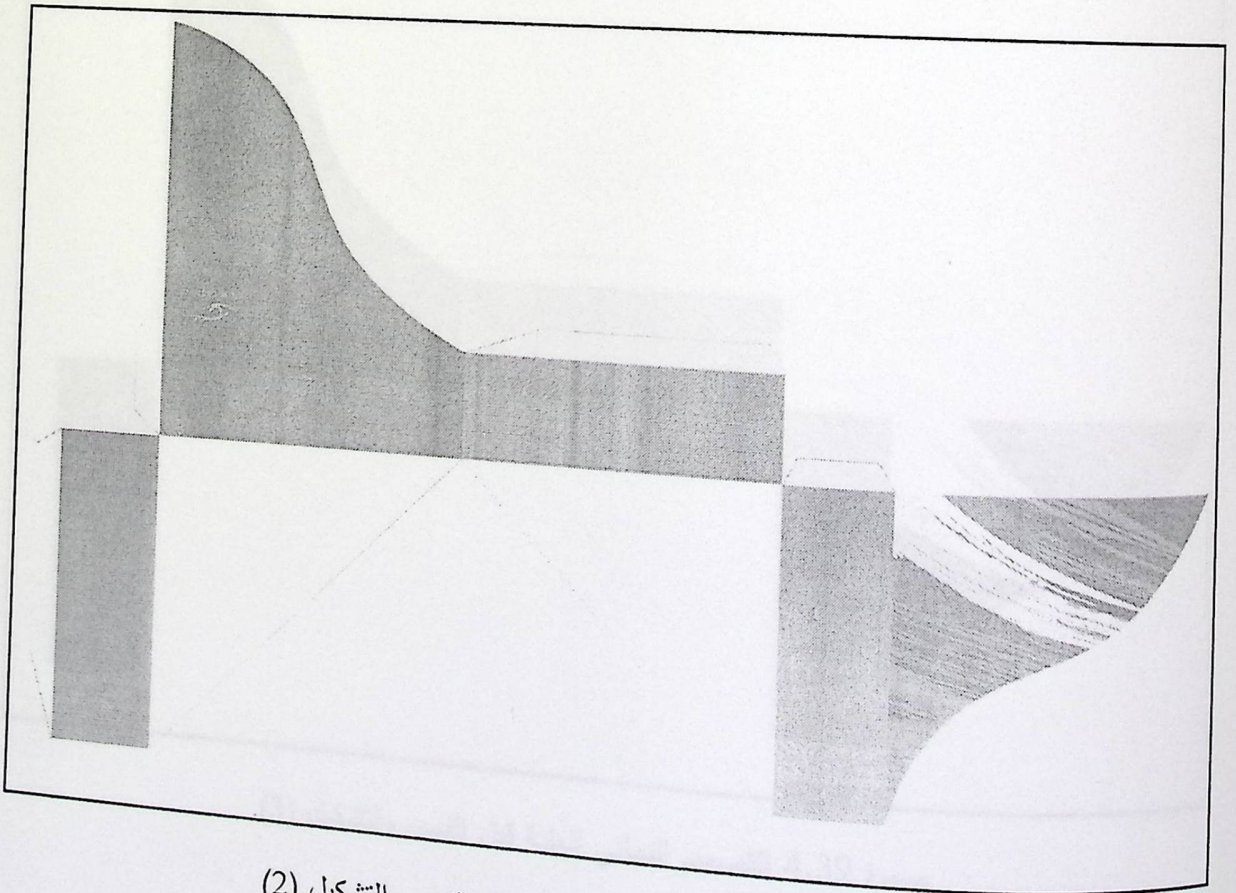
تم تطبيق علبه المنتج حسب ما تم إيضاحه سابقا في فصل التصميم, حيث أخذت الشكل المطلوب والألوان المختارة بحيث كانت 5 علب أخذت كل علبه لوناً يدل على لون عبوة المنتج الذي بداخلها, وتم طبعتها على ورق وزن المتر المربع منه 240 غم وبدقة dpi300, ثم قصت وطويت لتخرج بالشكل المطلوب, والصور التالية توضح التصاميم النهائية للعلب قبل القص والتشكيل, والأشكال النهائية للعلب بعد القص والتشكيل:



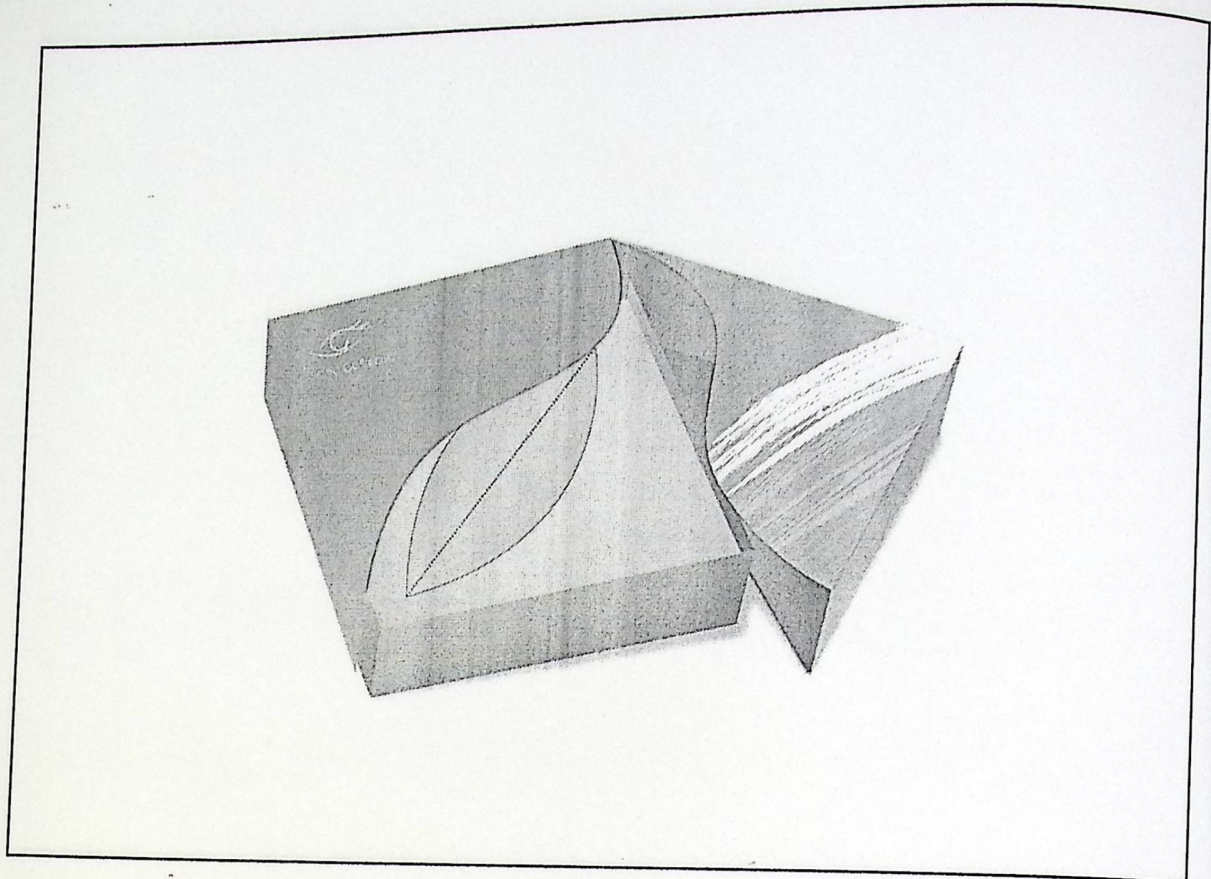
صورة 4.35 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (1)



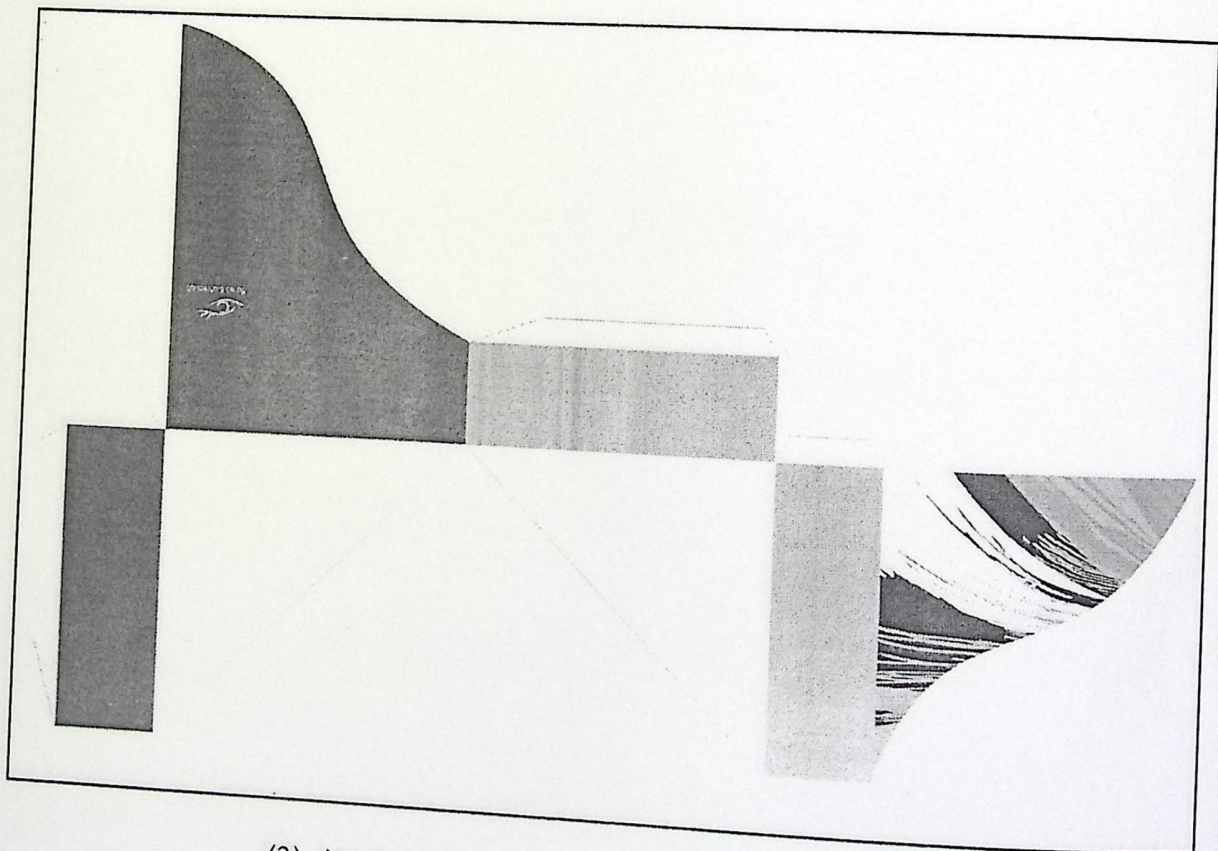
صورة 4.36 التصميم النهائي للعبة بعد القص والتشكيل (1)



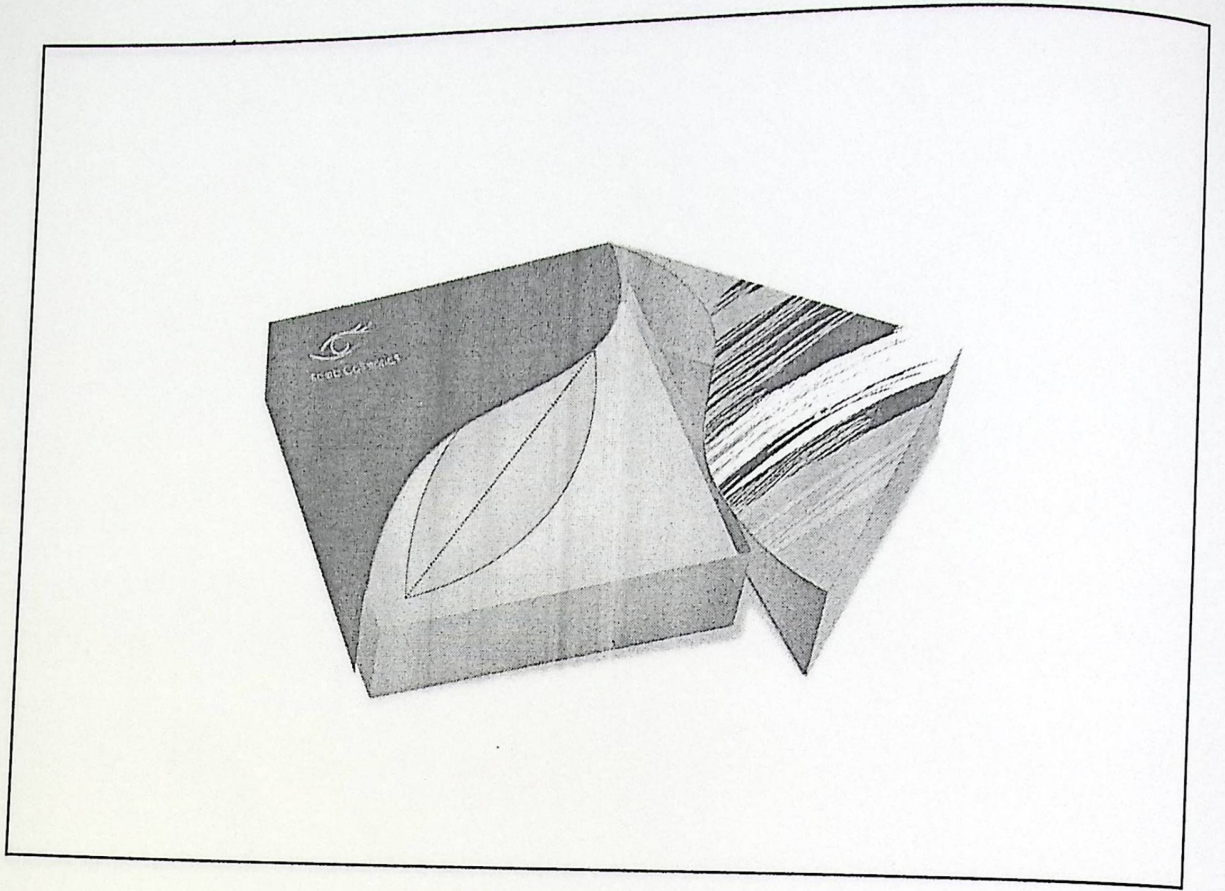
صورة 4.37 التصميم النهائي للعبة قبل القص والتشكيل (2)



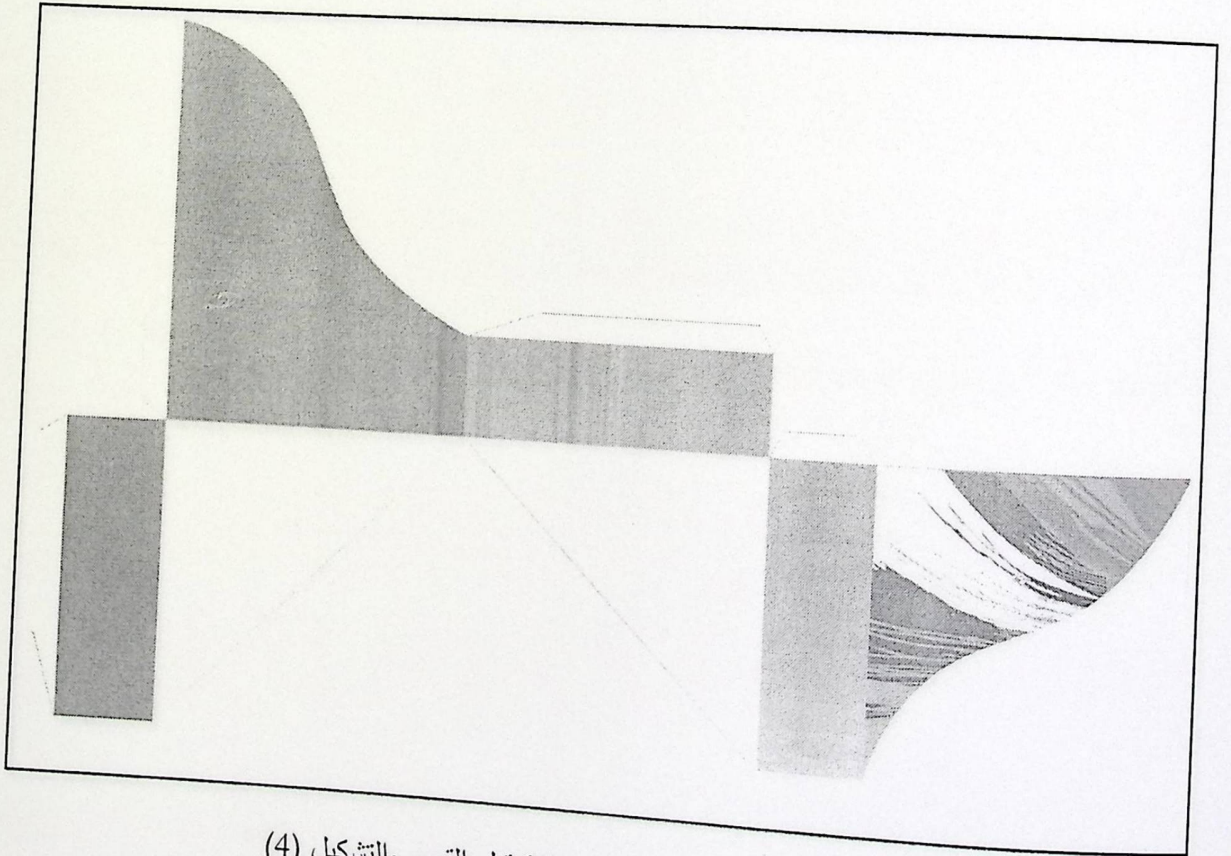
صورة 4.38 التصميم النهائي العلبة بعد القص والتشكيل (2)



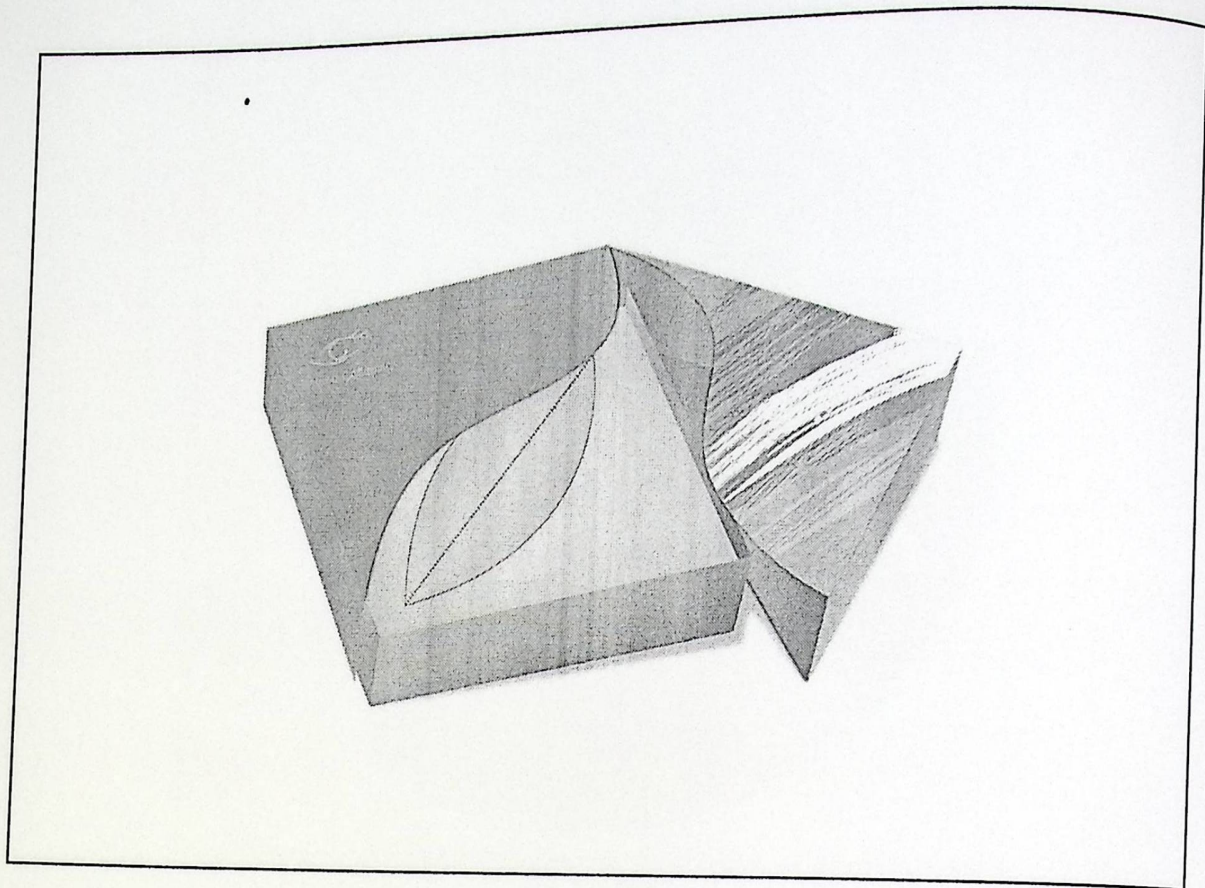
صورة 4.39 التصميم النهائي العلبة قبل القص والتشكيل (3)



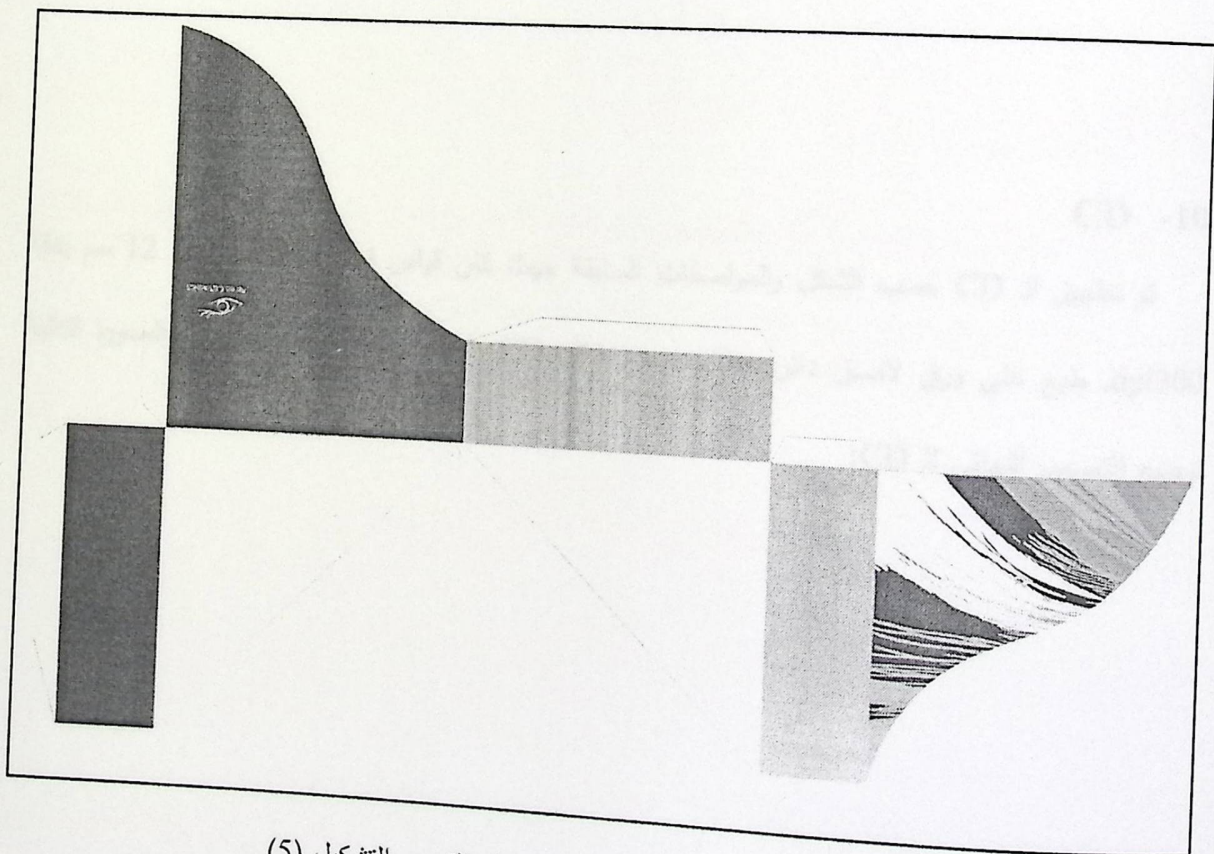
صورة 4.40 التصميم النهائي العلبة بعد القص والتشكيل (3)



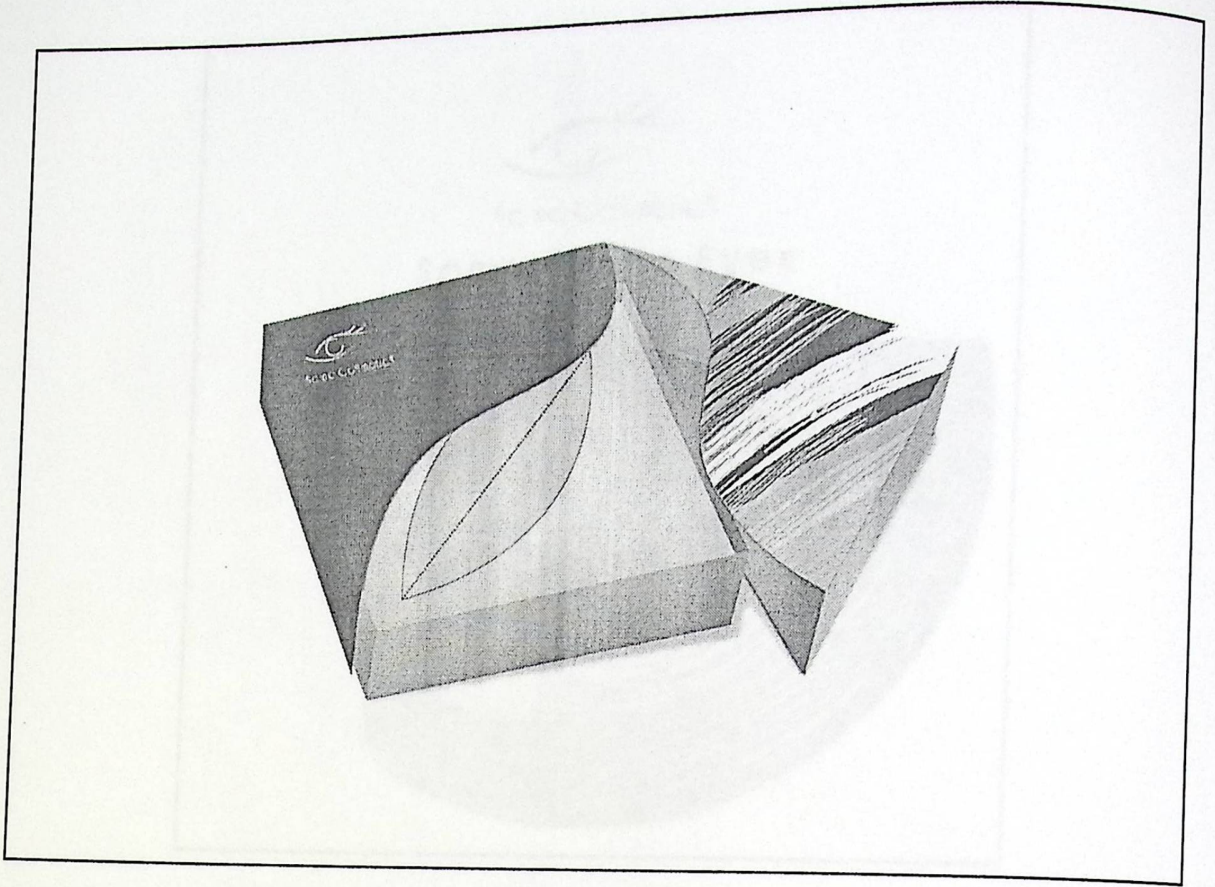
صورة 4.41 التصميم النهائي العلبة قبل القص والتشكيل (4)



صورة 4.42 التصميم النهائي العلبة بعد القص والتشكيل (4)



صورة 4.43 التصميم النهائي العلبة قبل القص والتشكيل (5)



صورة 4.44 التصميم النهائي العلبة بعد القص والتشكيل (5)

#### CD -10

تم تطبيق الـ CD حسب الشكل والمواصفات السابقة حيث كان قياس قطر الشكل الدائري 12 سم بدقة 300 dpi، طبع على ورق لاصق دائري يتناسب مع شكل CD، ثم وضع الملصق عليه، والصورة التالية توضح التصميم النهائي للـ CD:



صورة 4.45 التصميم النهائي للـ CD

#### 11- إعلانات تجارية لاصقة

تم تطبيق الإعلانات التجارية اللاصقة بقياس 42\*29.7 سم وبدقة 300dpi, حيث تم عمل 4 إعلانات لاصقة, تطبع على ورق لاصق "stkarz" والصور التالية توضح التصميم النهائية للإعلانات اللاصقة:



صورة 4.46 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (1)



صورة 4.47 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (2)

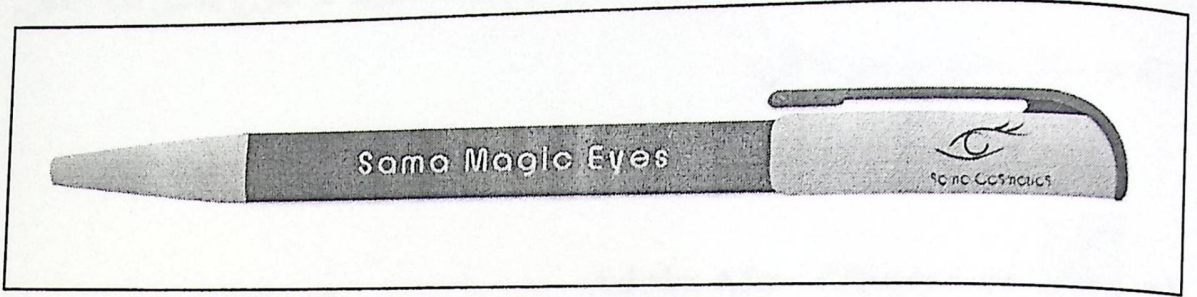


صورة 4.48 التصميم النهائي للإعلانات اللاصقة (3)

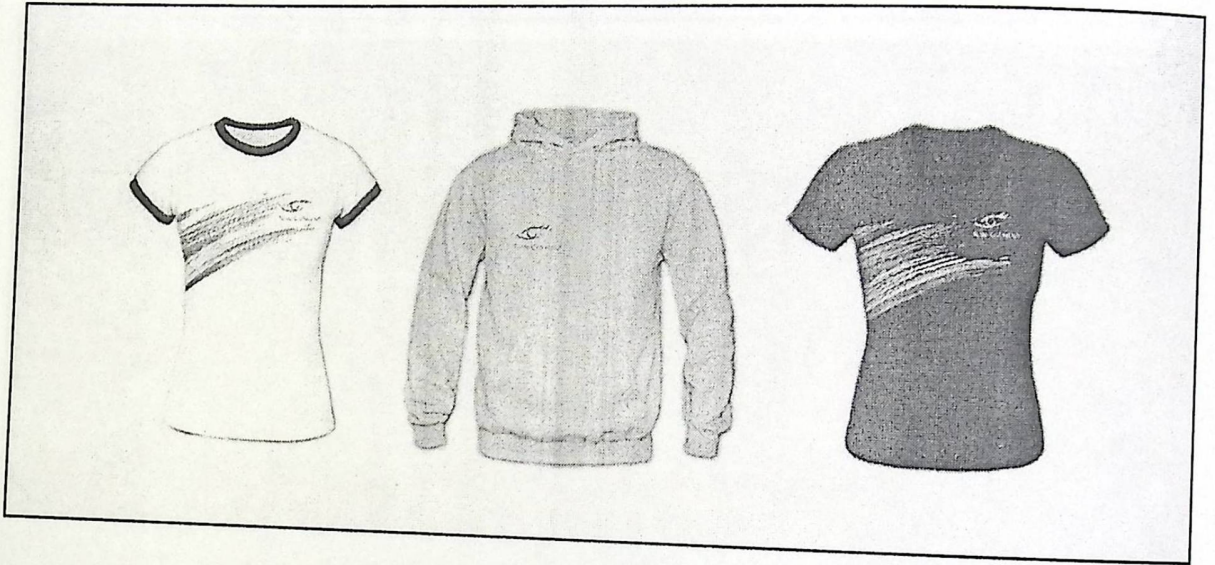
## 12- مواد دعائية إعلانية

تم تطبيق بعض التصاميم لمواد دعائية تحمل اسم وشعار الشركة والصور التالية توضح بعض التصاميم

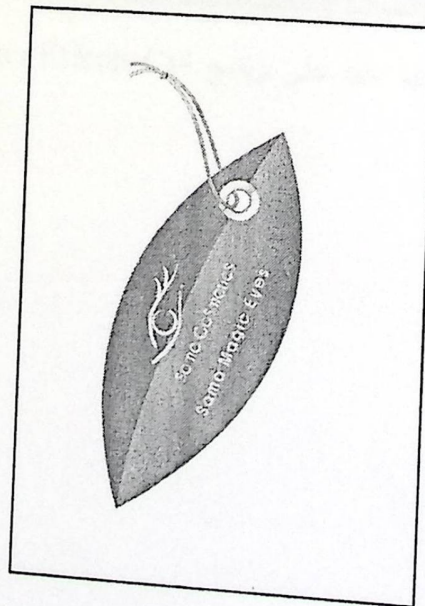
لهذه المواد الدعائية:



صورة 4.50 التصميم النهائي للمواد الدعائية (قلم)



صورة 4.51 التصميم النهائي للمواد الدعائية (بلايز)



صورة 4.52 التصميم النهائي للمواد الدعائية (ميدالية)

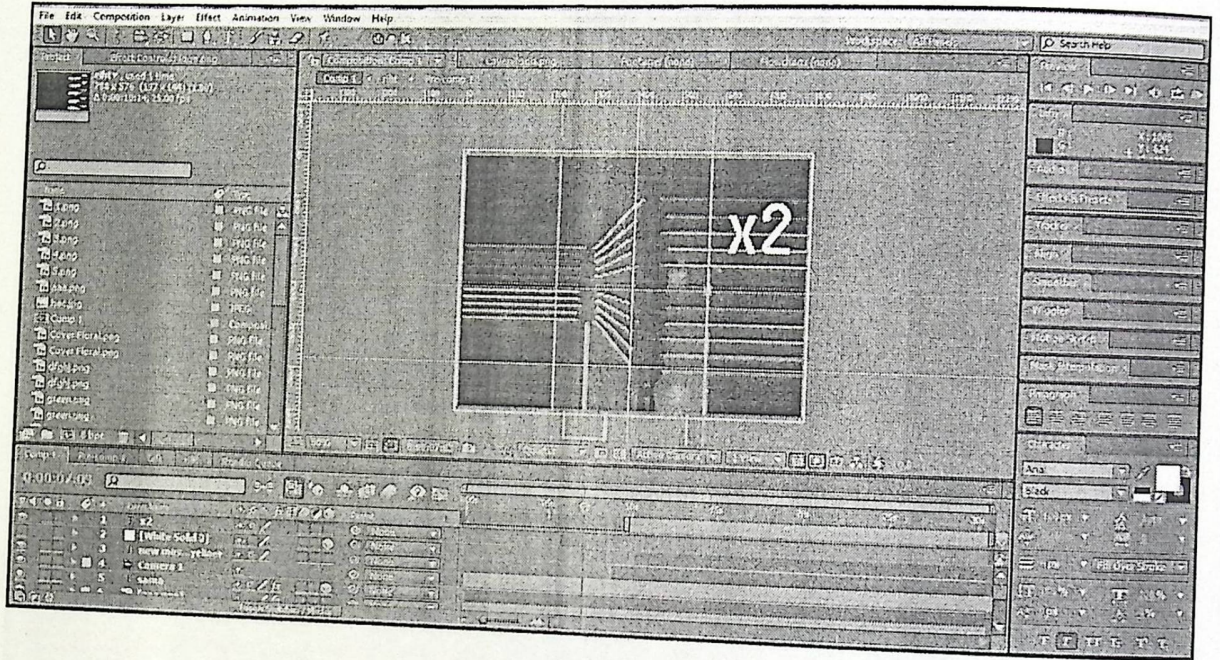
## 4.2 تطبيق التصاميم المرئية

### 4.2.1 البرامج المستخدمة في تطبيق التصاميم المرئية (المتحركة)

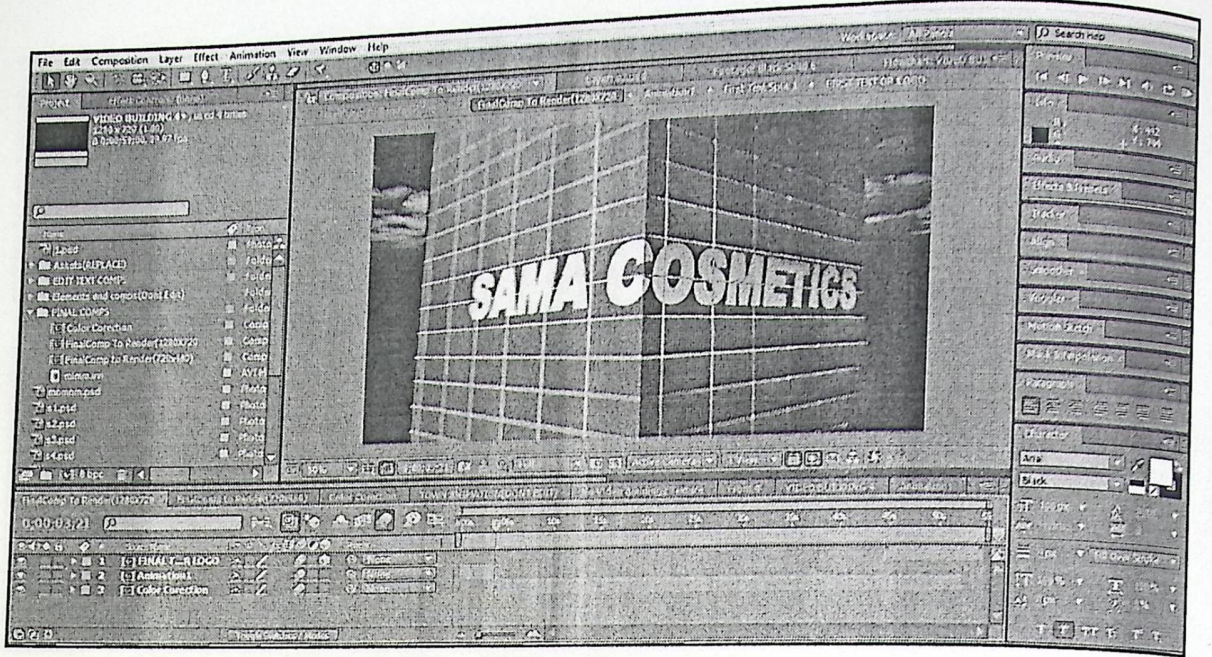
بعد الانتهاء من وضع الأفكار وتحديد المطلوب من الإعلانات المتحركة تم الشروع بتطبيق هذه الأفكار، وذلك من خلال عدة برامج وهي كالآتي:

#### Adobe After Effects Cs4 -1

استخدم هذا البرنامج في عمل فيديوهات البرومو، كما استخدم أيضا في عملية مونتاج فيديو الكروما.



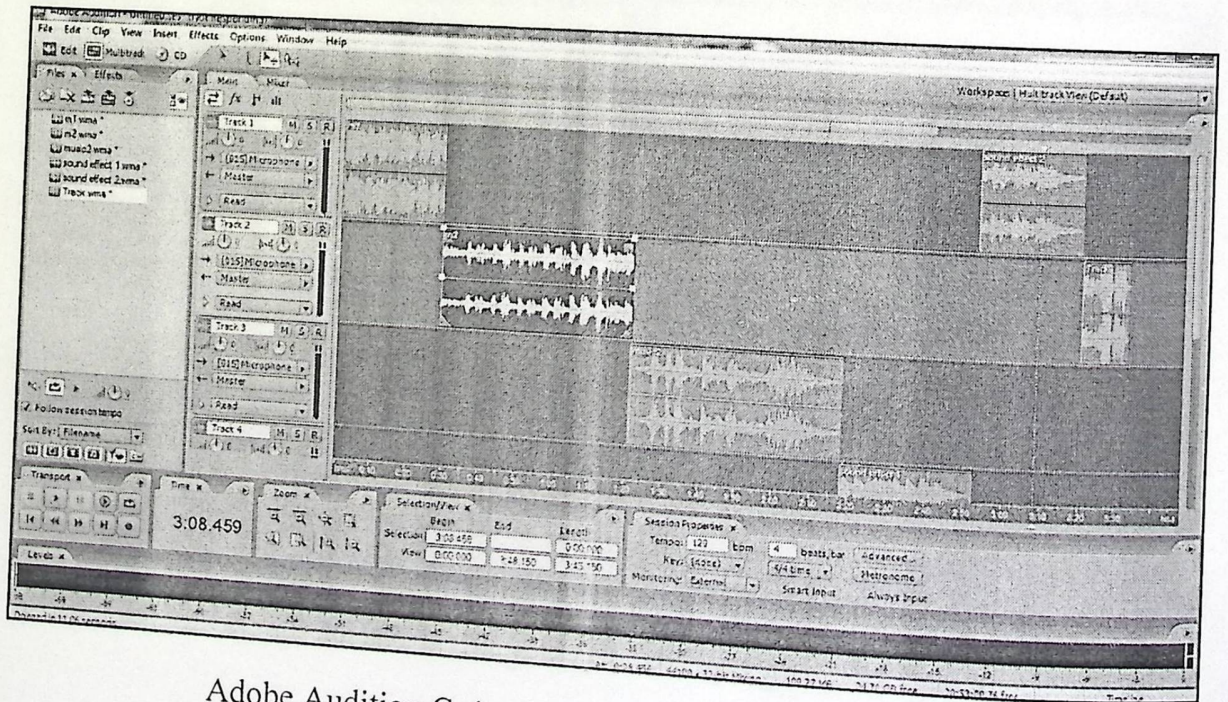
صورة 4.53 فيديو منفذ على برنامج Adobe After Effects Cs4



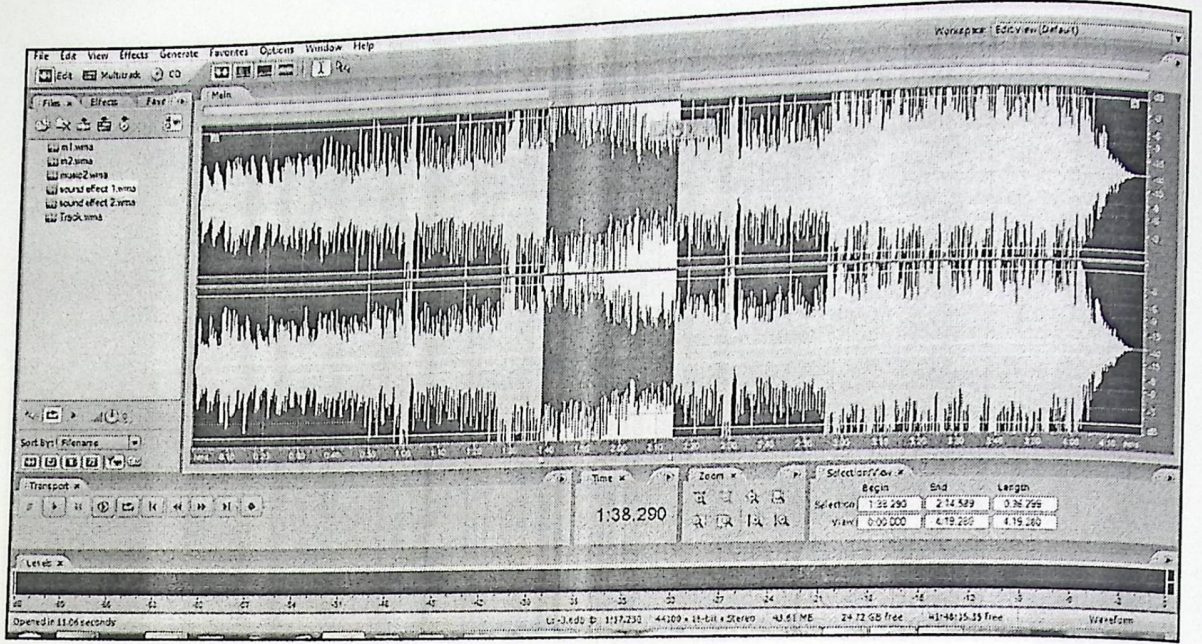
صورة 4.54 فيديو منفذ على برنامج Adobe After Effects Cs4

## Adobe Audition Cs4 Au -2

استخدم هذا البرنامج في ضبط وتعديل المؤثرات الصوتية المدمجة في الإعلانات المتحركة.



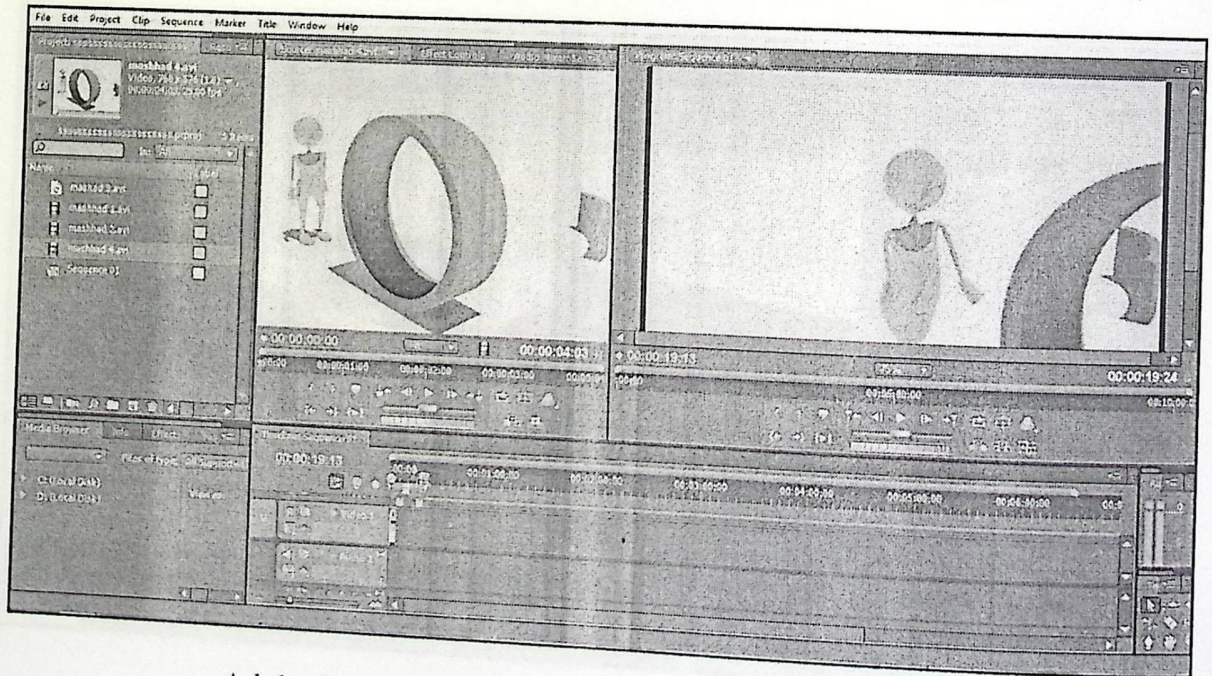
صورة 4.55 مونتاخ صوت منفذ على برنامج Adobe Audition Cs4



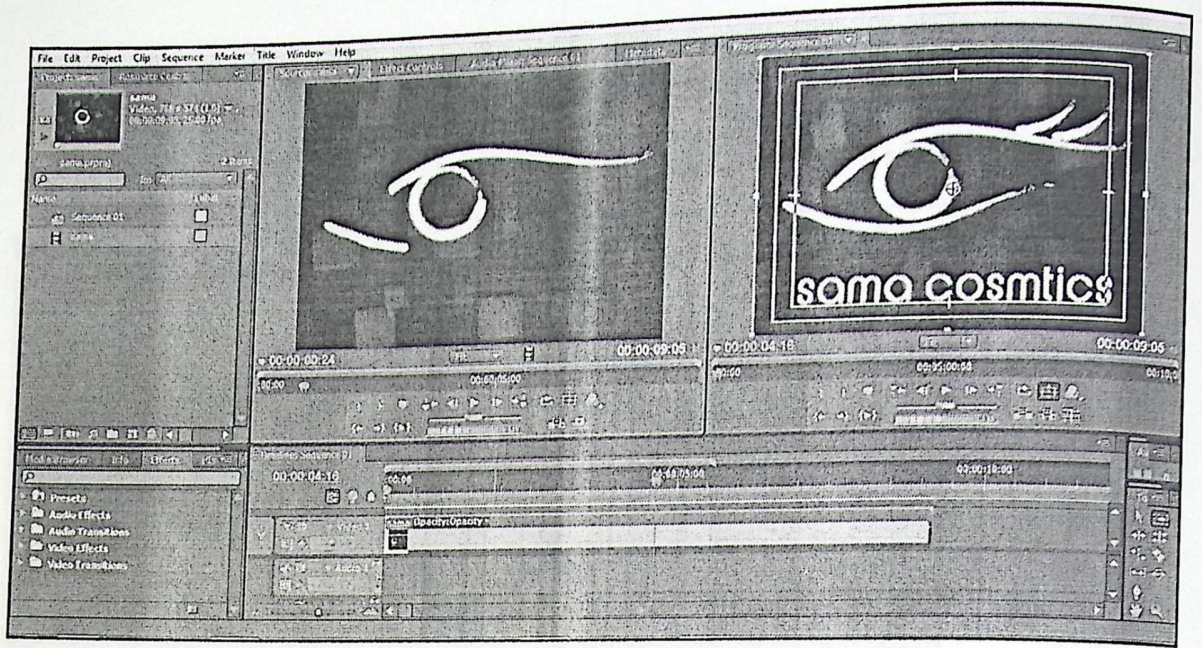
صورة 4.56 مونتاج صوت منفذ على برنامج Adobe Audition Cs4

### 3- Adobe Premiere Cs4

استخدم هذا البرنامج في مونتاج الفيديوهات النهائية للتصاميم المتحركة.



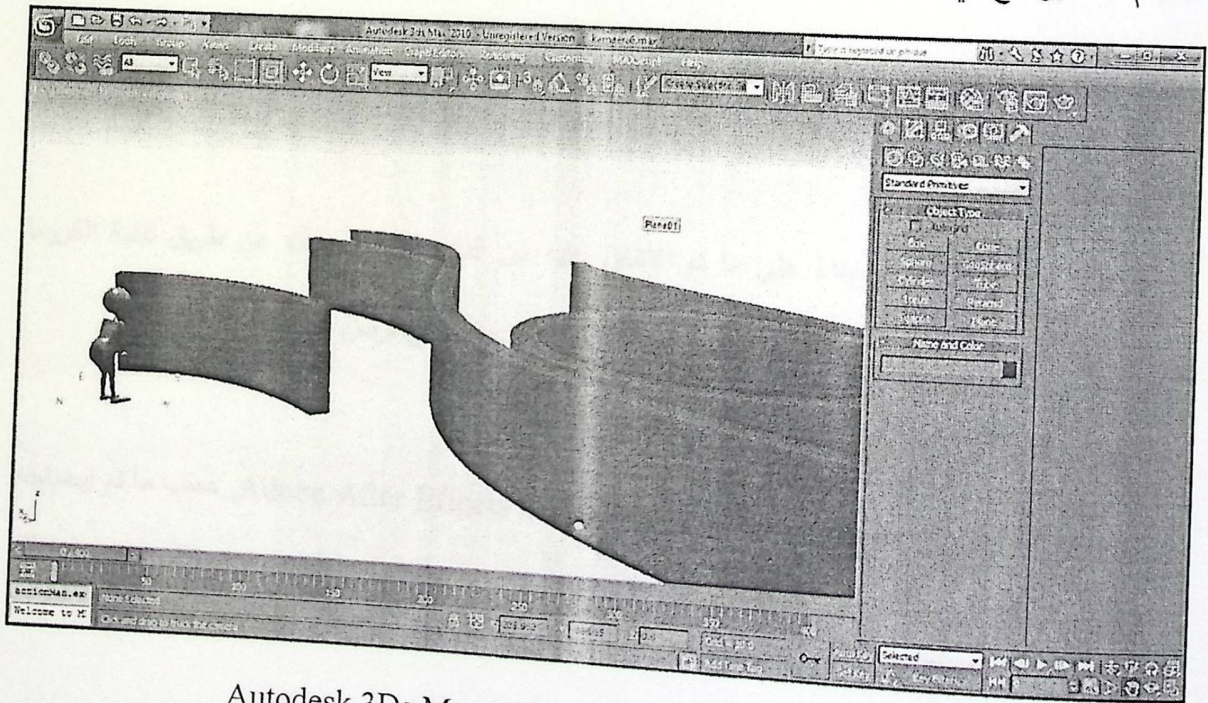
صورة 4.57 مونتاج فيديو منفذ على برنامج Adobe Premiere Cs4



صورة 4.58 مونتاج فيديو منفذ على برنامج Adobe Premiere Cs4

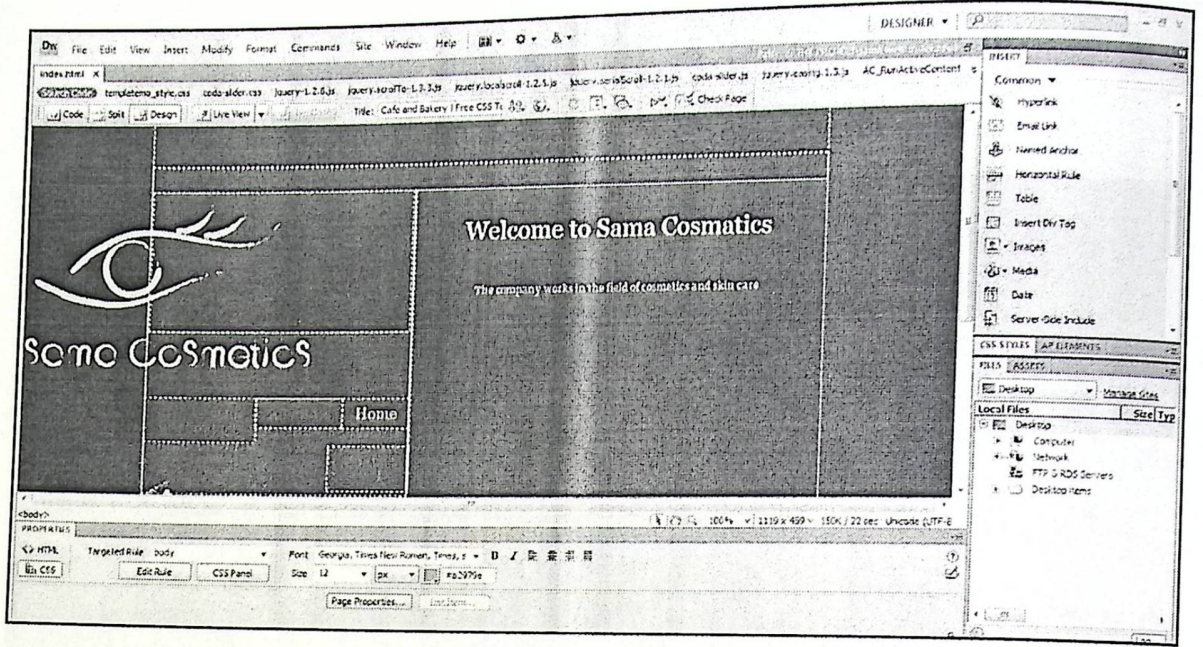
#### 4- Autodesk 3Ds Max 2011

استخدم هذا البرنامج في عمل فيديو دعائي لشعار الشركة.



صورة 4.59 فيديو منفذ على برنامج Autodesk 3Ds Max 2011

استخدم هذا البرنامج في بناء صفحة الموقع الإلكتروني.



صورة 4.60 بناء الموقع منفذ على برنامج Adobe Dreamweaver Cs4

## 4.2.2 التصميم المرئية النهائية

### 1- الإعلان التلفزيوني

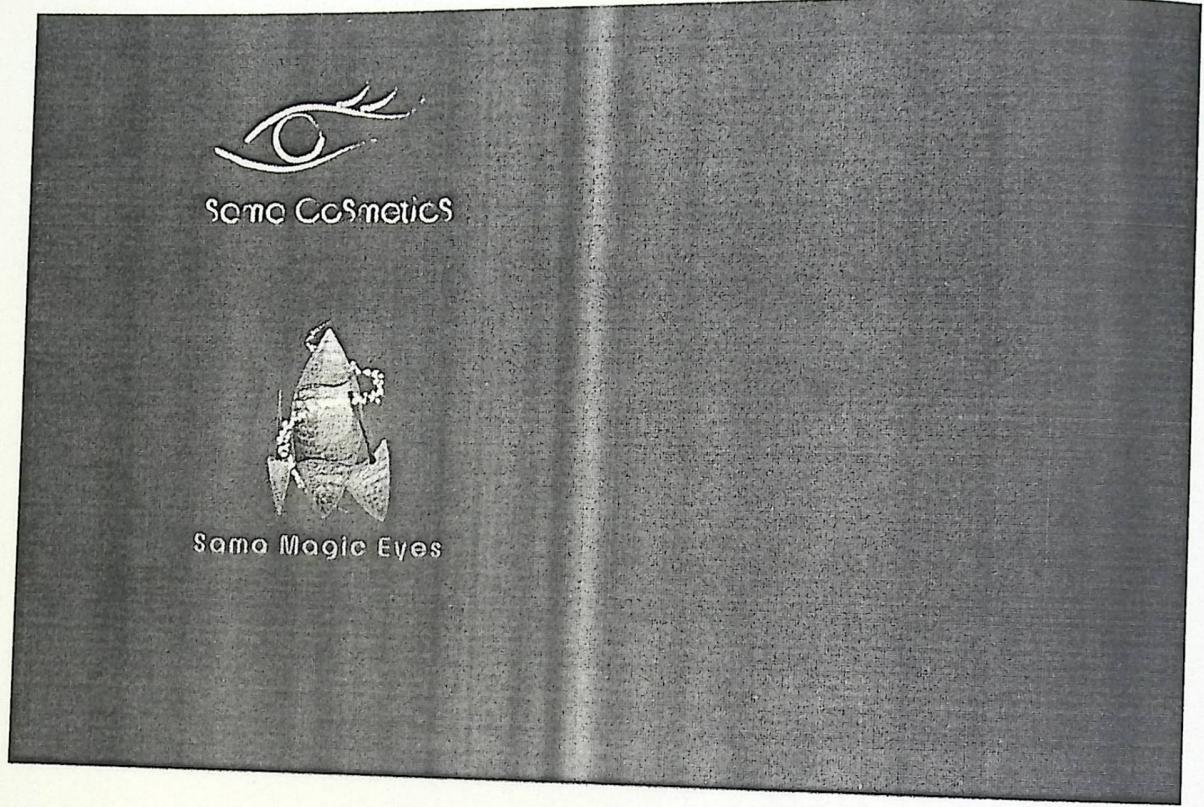
تم تصوير الإعلان التلفزيوني بناءً على ما تم الاتفاق عليه من الفكرة للفيديو، وذلك عن طريق تقنية الكروما ومن ثم عمل المونتاج للفيديو عن طريق برامج المونتاج، وتم وضعها على قرص مضغوط.

### 2- إعلانات البرومو

تم إنشاء أكثر من إعلان بهذه التقنية عن طريق برنامج Adobe After Effects Cs4، حسب ما تم إيضاحه سابقاً في فصل التصميم، وتم وضعها على قرص مضغوط.

### 4.3 تطبيق صفحة الموقع الالكتروني

تم بناء صفحة الموقع الالكتروني عن طريق عمل تصميم الواجهة الرئيسية للموقع ثم برمجتها وتنسيقها لتكون جاهزة للعمل.



صورة 4.61 تصميم الواجهة الرئيسية للموقع الالكتروني

### 4.4 فحص المشروع

تم معاينة المشروع وفحص نتائجه بعد الانتهاء من تصميم وتطبيق ثم تنفيذ المواد المطبوعة والمواد المرئية، حيث تم معاينة التصميم المطبوعة من أحجام وقياسات ونوع الورق وألوان وتنسيق وجمالية و كذلك تمت معاينة التصميم المرئية من حيث تسلسل المشاهد والصوت والموسيقى بالشكل الصحيح الذي عملنا جاهدين للحصول عليه.

كما تمت معاينة الأعمال اليدوية مثل استناد العرض والعبوات للتأكد من جودتها وتنسيقها العام معتمدين

بذلك على مخططات العمل المطلوبة للتنفيذ.

## 4.5 إرشادات الاستخدام

في هذا العمل يوجد هناك عدد من الإرشادات 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 مثل (Windows, Mac) وذلك عن طريق عرض صور التصميم المطبوعة عن طريق برامج عرض الصور.

2- تعمل ملفات التصميم المرئية (المتحركة) التي تم إنتاجها في هذا المشروع على أنظمة التشغيل مثل Windows, Mac وذلك عن طريق برامج عرض الفيديو.

3- يتم تشغيل المشروع من خلال القرص المضغوط DVD,CD عن طريق جهاز الحاسوب أو من خلال شاشة التلفاز عبر جهاز DVD, حيث تم تصدير ملفات التصميم المرئية بصيغ تعمل على نظام الـ(PAL) ( وهو النظام التلفزيوني المستخدم في الشرق الأوسط وأوروبا بمعدل عرض 25 Frame في الثانية الواحدة.

4- أيضا يمكن مشاهدة ملفات الفيديو عن طريق الانترنت حيث تم رفع الملفات على موقع الـ [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

على الرابط التالي:



Seme Cosmetics

# النتائج والتوصيات

5.1 تحقيق الأهداف

5.2 الإنطباع والنصائح حول البرامج المستخدمة وبيئة التطوير

5.3 تنويرات مستقبلية

5.4 الملحقات

الحملة الاعلانية للمشروع بشكل عام.

## الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

### 5.1 تحقيق الأهداف

بعد إنهاء بناء المشروع بالشكل النهائي والصيغ النهائية للحملة الإعلانية بشقيها المطبوع والمرئي تم عرض المشروع على بعض الافراد من الجنسين من اجل الحصول على انطباعهم وبعض ملاحظاتهم في إيصال فكرة المشروع الإعلانية والترويجية وذلك من خلال التصاميم المنفذة، 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 للجميع.

### 5.2 الانطباع والنصائح حول البرامج المستخدمة وبيئة التطوير

اعتبر التعامل مع برامج التصميم المطبوع والمرئي من بعض الشيء، حيث أن البرامج المستخدمة ذات الإصدارات الحديثة من شركة Adobe ساهمت في توفير السهولة والمرونة في تصميم الحملة الإعلانية المطبوعة والمرئية وتنفيذ المشروع بالشكل المطلوب.

كما أن التعامل مع البرامج كان واضحاً ومفهوماً، أما بما يخص الأجهزة والمعدات والأدوات فقد واجهنا مشكلة احتياج أجهزة حاسوب متطورة لكي تتلاءم مع بعض البرامج وإصداراتها والمهام المطلوبة، حيث أن هذه البرامج تحتاج إلى مواصفات عالية من ذاكره وغيرها لتجنب حصول المشاكل وسير عمل الجهاز والعمل بشكل عام مع هذه البرامج مثل برنامج 3Ds Max.

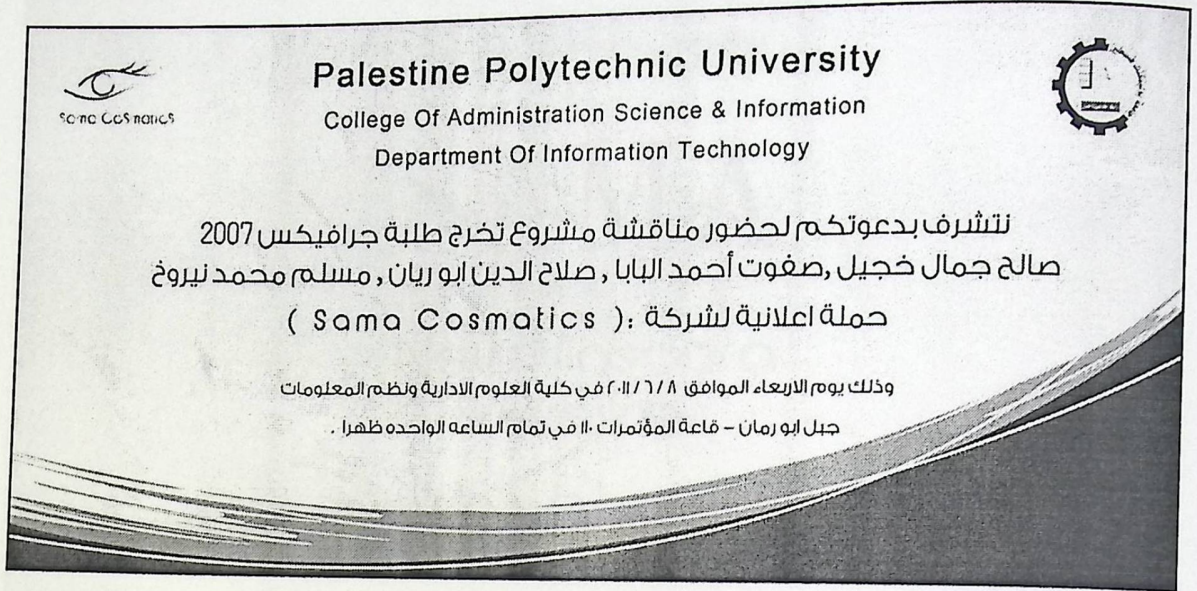
## 4.5 تنويرات مستقبلية

بعد إتمام هذا المشروع تبين انه بالإمكان القيام بحمله إعلانيه كاملة لشركه أو منتج معين أو مؤسسة ما, وذلك من خلال برامج التصميم المطبوعة والمرئية المستخدمة في هذا المشروع.

من الممكن أيضا استخدام الإعلانات المرئية والمصورة والمصنوعة وإخراجها بأسلوب متسلسل من الأفكار والقصص, حيث يمكن أيضا استخدامها في عمل فلم إعلاني قصير يحتوي على عدة حلقات متسلسلة كل حلقة تعرض أسلوب وفكره جديدة تابعه لنفس الهدف.

الحملة الإعلانية للمشروع (بطاقة الدعوة - البوستر - الستاند )

بطاقة الدعوة



صورة 5.1 بطاقة الدعوة



Palestine Polytechnic University  
College Of Administration Science & Information  
Department Of Information Technology

**SAMA**  
C O S M E T I C S

New Mascara  
& Eyeliner

Sama Magic Eyes

مناقشة مشروع الطلبة

صالح جمال خجيل - صفوت احمد البابا  
صالح ابو ريان - مسلم نيروخ

اهلا وسهلا بالضيوف الكرام



Sama Cosmetics  
[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 5.2 البوستر



Palestine Polytechnic University  
College Of Administration Science & Information  
Department Of Information Technology

**SAMA**  
Cosmetics

New Mascara  
& Eyeliner

Sama Magic Eyes

مناقشة مشروع الطلبة

صالح جمال خجيل - صفوت احمد البابا  
صالح ابو ريان - مسلم نيروخ

اهلا وسهلا بالضيوف الكرام



Sama Cosmetics  
[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 5.2 البوستر



Palestine Polytechnic University  
College Of Administration Science & Information  
Department Of Information Technology

# SAMA

Cosmetics

## New Mascara & Eyeliner

### Sama Magic Eyes

### مناقشة مشروع الطلبة

صالح جمال خجيل - صفوت احمد البابا  
صالح ابو ريان - مسلم نيروخ

### اهلا وسهلا بالضيوف الكرام



Sama Cosmetics

[www.sama.com](http://www.sama.com)

صورة 5.3 X-Stand

## سيناريو الاعلان التلفزيوني المصور (تقنية الكروما)

الشخص الأول :

السلام عليكم إحنا طلاب جرافيك سنة رابعة نقدم لكم مشروع تخرجنا إلي فكرته بتدور حول حملة إعلانية لشركة كوزماتكس اسمها سما , من خلال الحملة استهدفنا منتج معين والي هو المسكارا .  
وعملنا حملة كاملة من الألف إلى الياء ضمت تصاميم ثابتة ومتحركة .

الشخص الثاني:

بالنسبة للتصاميم الثابتة كانت على النحو التالي :

الكرت

البوستر

الستاند

البورد

الكتالوج

الفايل

الفيلير

ال cd

وبعض المواد الدعائية

الشخص الثالث:

أما التصاميم المتحركة كانت أكثر من نوع منها كان إعلانات دعائية ومنها 3d ومنها صفحة الويب

الإعلانات الدعائية كانت كالتالي :

إعلانات البرومو

وإعلان ال 3d كان إعلان بالشكل التالي :

إعلان ال 3d

وصفحة الموقع كانت كالتالي

في النهائية بنشكر مشرفينا وبنشكر جميع إلي ساعدونا وبنشكركم جميعكم .

sama logo

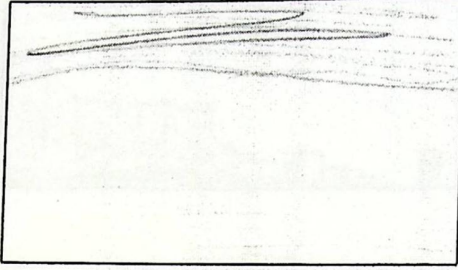
مشهد رقم 1

اللقطة (1)

Fade in

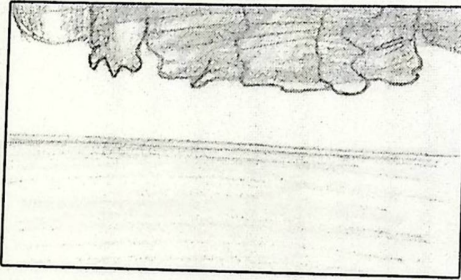
تظهر الشاشة على شكل ارض وسمااء فارغة ليكون  
الانطباع الاول مبهما نوعا ما ويصاحبها صوت هادئ

cut



اللقطة (2)

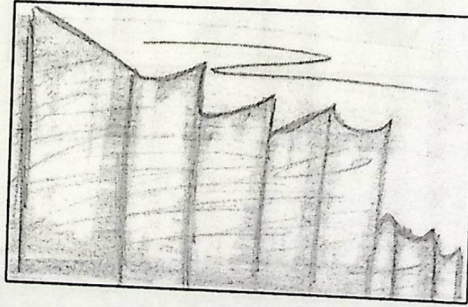
تتساقط اجسام من الاعلى باتجاه الارض وتتبعثر عند  
ارتطامها ويصاحب ذلك صوت سقوط شيء وارتطامه  
بالارض



اللقطة (2)

تستقر القطع التي ارتطمت بالارض ويختفي صوتها

cut

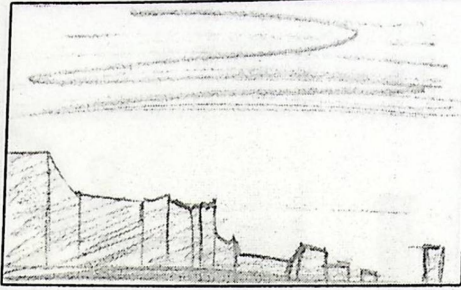


sama logo

sama logo

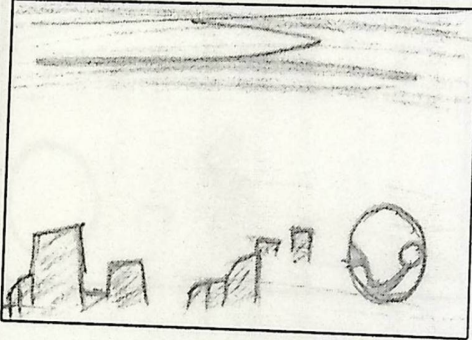
مشهد رقم 2

اللقطة (1)



تبدأ الاجسام المستقرة بالغرق والنزول باتجاه الارض  
وكانها تختفي

اللقطة (2)



يتتابع نزول الاجسام باتجاه الارض ويظهر جسم بشري مجرد  
جالسا داخل حلقة متدحرجة , تمر من يمين الشاشة باتجاه اخر  
الشاشة من اليسار , ويصاحب حركتها صوت دحرجة اسطوانة  
او جسم متدحرج

Fade out

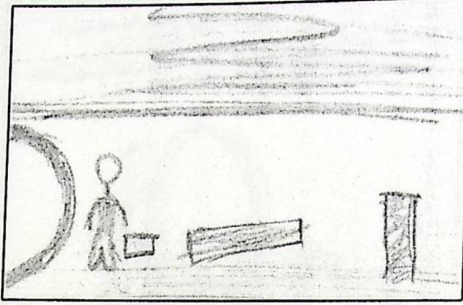
sama logo

sama logo

مشهد رقم 3

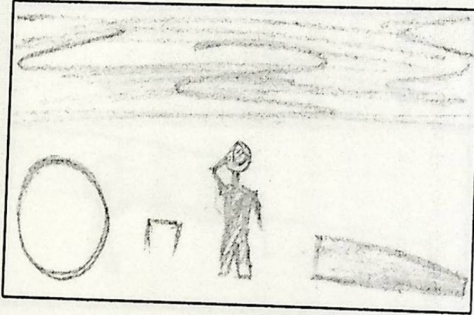
اللقطة (1)

Fade in



تعرض الكاميرا عدد من المجسمات والقطع المبعثرة بشكل غير مفهوم , كذلك تظهر صورة الجسم البشري المجرد وهو يسير متجها نحو القطع والمجسمات , وتصاحب حركته صوت خطوات وتأخذ الكاميرا مقطع مقرب له

اللقطة (2)

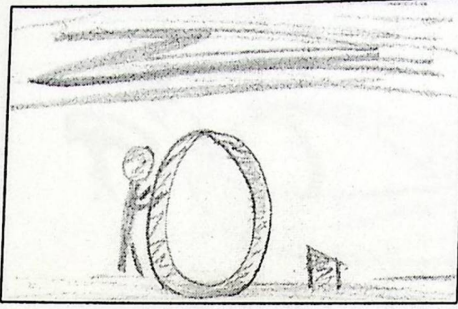


يقف الجسم البشري المجرد بين القطع ويتأمل المجسمات وتكون الكاميرا قريبة منه

Cut

sama logo

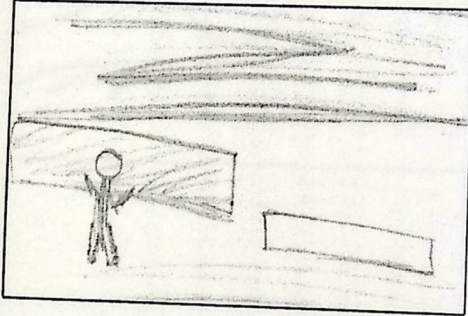
مشهد رقم 4



يبدأ الجسم البشري بمجرد دفع الحلقة وذلك ليبدأ تجميع مجسمات شعار الشركة قطعه قطعه يصاحب هذا المشهد صوت دحرجة وحركة اسطوانة وخطوات مع متابعه سير الجسم تأخذ الكاميرا موقع قريب من الجسم

Cut

مشهد رقم 5



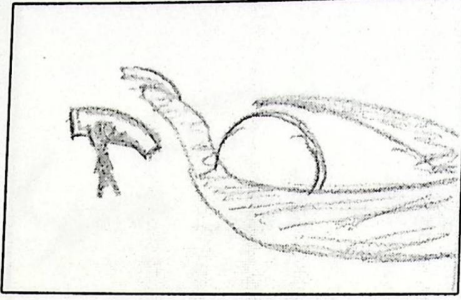
يدفع الجسم البشري بمجرد قطعه اخرى مع القطع المكونة للشعار موجيا باستمرار عملية ترتيب القطع التي كانت مبعثرة وغير مفهومة , حيث لا يزال المشهد غير واضح بالفكرة الرئيسية ومبهما حول ما هي القطع التي يجمع بها الجسم البشري كما يصاحب ذلك صوت خطواته وصوت دفع القطع

Cut

sama logo

مشهد رقم 6

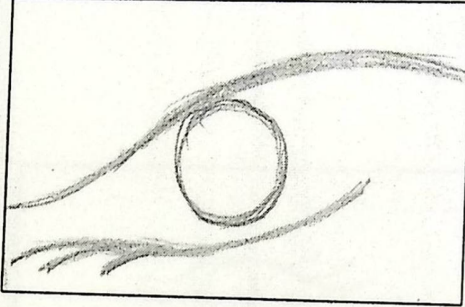
اللقطة (1)



يقترّب الجسم البشري وهو يدفع باخر قطعة من القطع الاخرى  
المرتبة ويجمعها مع باقي القطع ويصور عن مسافة متوسطة  
بكميا مرتفعة قليلا لتكشف جزء من القطع والمشهد العام

Cut

اللقطة (2)



ترتفع الكاميرا باتجاه الاعلى مصورة الجسم والقطع بشكل سريع  
مع دوران سريع ايضا للكاميرا , ثم تظهر مساحة بيضاء خالية من  
اي شئ

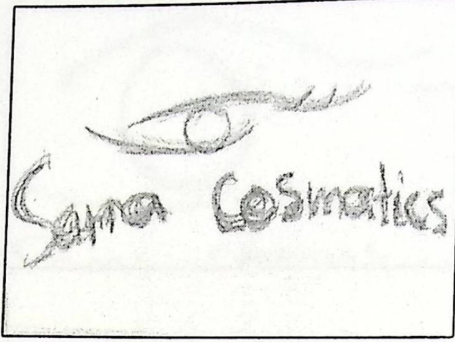
Cut

sama logo

sama logo

مشهد رقم 6

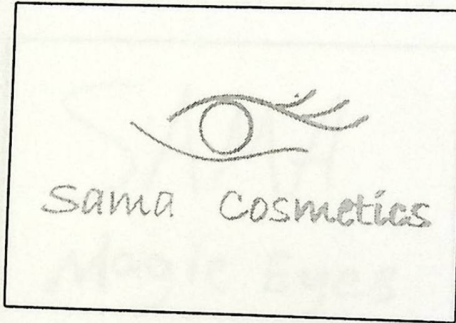
اللقطة (3)



تعود القطع المكونة للشعار بالظهور في الشاشة وتبدأ كلمة  
sama cosmetics  
التي اختفت في المشهد الثاني بالظهور على السطح وتصور من  
زاوية تصوير بعيدة ومنخفضة بحيث يبقى الشكل العام للشعار  
غير واضح والكلمات غير مفهومة

Cut

اللقطة (4)



ترتفع الكاميرا باتجاه الاعلى مصورة الشكل العام وموضحة  
الغموض فتعرض الشعار كاملا واسم الشركة  
sama cosmetics

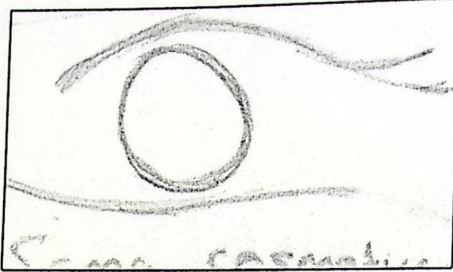
Cut

sama logo

sama logo

مشهد رقم 7

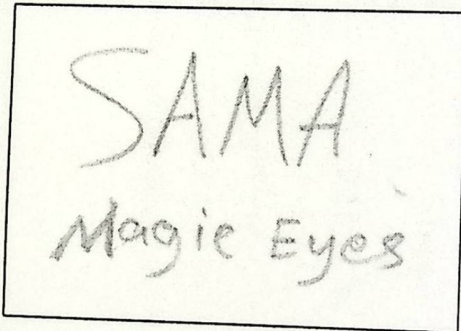
اللقطة (1)



بعد الكشف عن الغموض في الاعلان وعرض الشعار والاسم بشكل واضح تقترب الكاميرا الى الشعار بشكل سريع وكأنها تسقط في الحلقة الموجودة في منتصف الشعار , وكأنها تخترق بؤبؤ العين

Fade out

اللقطة (2)



Fade in

يتم عرض العبارة المستخدمة كشعار وهي سما سحر العيون  
SAMA Magic Eyes

Fade out

sama logo

