

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:إشهار

المحاضرة الثامنة:اعداد الرسالة الاشهارية في وسائل الاعلام(1)

تصميم الرسالة الاشهارية: التصميم يعني شيئين:

الأول :عملية ترتيب عناصر الاشهار و الثاني الجهود الكامنة وراء هذا الترتيب و التي تؤدي الى انتاج الوحدة أو الهيكل المرغوب للاشهار بشكل ابتكاري لتحقيق غرض معين وفي هذا الصدد يحدد فيليب كوتلر

- التصميم عمل ابتكاري يتمتع الاول بشكل جزء من الهام فكر مبدع و الثانية أن هذا الخيار يتجسد على أرض الواقع من خلال مزيج ابتكاره من الواقع و الخيال ليتبع عنهما واقع ابداعي أولا وهو إشهار فعال.

التصميم الفعال:

1/ التناسق أشكال ومتطلبات الرسالة الاشهارية متناسقة.

2/ حركات البصر أي جذب الانتباه.

3/حركة أو مستوى البياض أو الخلفية .

4/الوحدة تكون متكاملة بين عناصر الاشهار.

5/التضاد و الخروج عن المألوف يساعد رجال الاعمال متنافسين فيما بينهم.

6/البساطة.

**متطلبات التصميم الفعال:** حتى يكون فعالا ناجحا لابد أن تكون معزول عن بيئته و المحيط وقد يكون التصميم رائعا الا أنه لا يعكس السلعة المعلن عنها .

إن خبراء الاشهار يحددون متطلبات أساسية لتصميم الفعال:

**أولا:التوازن:** بمعنى التوزيع النسبي لعناصر الاشهار بالنسبة للموضه الاشهارية أو الارسالية داخل المساحة المحددة بحيث يكون هذا التوزيع منتشر بشكل متوازن مع المركز البصري للقارئ وعادة ما يقسم الهيكل الاشهاري بخط وهمي الى قسمين افقي أو عمودي مثل ENIE .

**ثانيا:التناسق:** يعني تناسق الأشكال و عناصر الاشهار لتحقيق أفضل مصدر نظري ممكن و الاشهار الناجح يجب أن يحقق تناسبا من حيث جذب انتباه المتلقي.

**ثالثا:حركة البصر:**