

الدارس

نهلة جميل سعيد محمد

عنوان الرسالة

معايير جودة الإعلان المطبوع

اسماء المشرفين

أ.د. عبير حسن عبده-أ.د. محمود علم الدين

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى رصد معايير لمراحل إنتاج الإعلان المطبوع بطريقة الأوفست والتي من شأنها تؤثر على جودة المطبوع النهائي وتلك المعايير تم رصدها بما يتوافق مع متطلبات الإنتاج وتطورها في السوق المحلي الخاص بصناعة التصميم والطباعة في مصر وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة وأربعة فصول تناول الفصل الأول: معايير جودة الفكرة الإعلانية بمراحلها المختلفة، الفصل الثاني: معايير جودة العناصر المستخدمة في إعدادات تصميم الإعلان المطبوع، الفصل الثالث: معايير جودة أساليب وطرق إنتاج الإعلان المطبوع، الفصل الرابع: معايير جودة الخامات المستخدمة في تصميم وإنتاج الإعلان المطبوع، ومن ثم الدراسة التحليلية والنتائج والتوصيات والمراجع والملخص.

الدارس

أمينة محمود رحمة توفيق الراقى

عنوان الرسالة

لغة الجسد فى العبير عن المضمون الدرامى فى الأفيش السينمائى

اسماء المشرفين

أ.د.ريم العصفورى-أ.م.د.رشا محمود

ملخص الرسالة

تلخصت الرسالة فى كيفية التوظيف الناجح للغة الجسد للتعبير عن المضمون الدرامى للفيلم بالإستفادة من أفيشات الأفلام الأجنبية ودراستها للوصول لنقاط القوة والضعف والإستفادة منها فى تطوير توظيف لغة الجسد للتعبير عن المضمون الدرامى للفيلم بشكل جذاب وموجز ومعبر ومبتكر بشكل يتماشى مع القيم المجتمعية والدينية، ومحاولة البعد عن النقل والإستساخ من أفيشات الأفلام العالمية.

الدارس
فاطمة سيد عبد العزيز

عنوان الرسالة
فاعلية استخدام تطبيقات الحاسب الألى وتكنولوجيا الإستشعار فى الإعلان التفاعلى

اسماء المشرفين
أ.د.لمياء قاسم عبد الكريم-أ.د.تامر عبد اللطيف عبد الرازق
ملخص الرسالة

مع استحداث وتطوير التكنولوجيا بشكلاً عام وتطور أشكال الإتصال بمختلف أنواعها والذى يتضمن طرق العرض والتفاعل المستخدمة فى الإتصال الإعلانى، ودمج تلك تكنولوجيا أجهزة الإستشعار التى يقوم عليها هذا البحث من حيث توضيح معنى الإتصال وأشكاله وعلاقته بالإنسان من خلال مفهوم الارجونوميكس والأجهزة التى يتفاعل معها وشرح تكنولوجيا الإستشعار مع ذكر بعض من أهم الأجهزة وتقنية عملها فى مجال الإعلان، ومن ثم دمج هذه المفاهيم فى مراحل لإنتاج الإعلان التفاعلى المدمج بأجهزة الإستشعار، وتقوم الدراسة التحليلية بتوضيح هذه العلاقة وتطبيق نموذج اعلانى تفاعلى بالإستفادة من نتائج تلك الدراسة.

الدارس

منار محمود محمد هيكل

عنوان الرسالة

سيميوطيقا الملصق السينمائي المصري

اسماء المشرفين

أ.د. تامر عبد اللطيف-م.د. نيفين عزت جمال الدين

ملخص الرسالة

والتي تتكون من ستة فصول: الفصل الأول: تطور صناعة السينما عالمياً ومحلياً، الفصل الثاني: التكوين البصري وإدراك الشكل في الملصق السينمائي يشتمل على عناصر التكوين البصري للشكل، وأبعاد عملية الإدراك وكيفية تلقي مشاهد الملصق السينمائي لها، الفصل الثالث: الأسس الجمالية لتصميم ومعالجة وإنتاج الملصق السينمائي، ويشتمل على الأسس الجمالية وأيضاً على أنماط المعالجات الجرافيكية المختلفة المستخدمة في تصميم الملصق السينمائي، الفصل الرابع: تأثير عام السيميوطيقا على تصميم الملصق السينمائي والذي تناول علم السيميوطيقا وأشهر علمائها واللغة السينمائية وخصائصها وأشهر نظرياتها، الفصل الخامس: استخدام الصيغ البلاغية في الملصق السينمائي، والذي تناول التعبيرات المجازية **Visual Rhetoric**، وأحجام اللقطات، وزوايا التصوير في الملصق السينمائي وتوظيفها من منطلق دلالتها، الفصل السادس: وهو الدراسة التحليلية والتطبيقية، ثم يلي ذلك المراجع والملخصات باللغتين العربية والإنجليزية.

الدارس

مشيرة كامل عبد الفتاح أحمد

عنوان الرسالة

حملات التأييد والمناصرة بين التخطيط والمعالجة البصرية

اسماء المشرفين

أ.د.نجوى يحيى العدوى-أ.د.ريم العصفوري-أ.د.حمدي حسن أبو العنين

ملخص الرسالة

حملات التأييد والمناصرة هي عملية منظمة تشمل الجهود المنسقة للمجتمع المدني بهدف تعيي السياسات، والممارسات، والأفكار والقيم الرأخسة والمتسببة بإهدار الحقوق. من خلال ذلك البحث نحاول تقديم عرض مسلسل نرصد من خلاله نشأة هذا النوع من الحملات وأسسها ومراحل التخطيط له ودور المعالجة البصرية في التعبير عن أهداف التأثير على توجهات جمهوره. ويتكون البحث من: بابان أساسيان الباب الأول: مفهوم حملات التأييد والمناصرة ومراحل تخطيطها، يتكون من فصلين: الفصل الأول: تاريخ نشأة الحملات وأواعها، الفصل الثاني: مراحل تخطيط حملات التأييد والمناصر. أما الباب الثاني: المعالجة البصرية ودورها في حملات التأييد والمناصرة. ويتكون من فصلين، الفصل الأول: نظريات الإدراك وعناصر الإقناع البصري. الفصل الثاني: استراتيجيات وتقنيات المعالجة البصرية (دراسة تحليلية).

الدارس

ميريت جمال كميل معوض

عنوان الرسالة

الخيال الإبداعي فى تصميم العلامات التجارية ذات الرسائل الخفية

اسماء المشرفين

أ.د.مصطفى حسين كمال-أ.د.تامر عبد اللطيف-أ.د.إيهاب العجاوى-أ.د.رانيا الحصرى

ملخص الرسالة

تحتوى الرسالة على أربعة فصول نظرية بالإضافة إلى الجزء الخاص بالإطار النظرى، الفصل الأول يركز على توظيف الخيال الإبداعي وتنمية المهارات الإبداعية للمصمم، والفصل الثانى يتضمن كيفية بلورة العلامات التجارية لتحمل رسالة خفية بتوظيف بعض المعالجات الجرافيكية الحديثة، والفصل الثالث يشمل على الإطار المفاهيمى للعقل الباطن ومحركاته الإقناعية مع وضع إستراتيجية للأساليب المعرفية كمحددات للشخصية، أما الفصل الرابع فيتناول كيفية تحقيق الميزة التنافسية كهدف نهائى نصبو إليه وذلك بمعرفة الإعتبارات التنافسية للوصول بالعلامة التجارية إلى العالمية، ثم عرض الدراسة التحليلية لبعض النماذج من العلامات التجارية وإشتملت على (١٤) نموذج وذلك بالتركيز على أبرز المعالجات الجرافيكية الحديثة، يليه الجانب التطبيقى من قبل الباحثة، وذلك فى محالة لتطبيق الجزء النظرى الخاص بالدراسة البحثية وإشتمل على (٨) نماذج من العلامات التجارية، ثم عرض لأهم النتائج والتوصيات، ويلي ذلك المراجع والملخصات باللغة العربية والأجنبية.

الدارس

رنا محمد فوزى كامل

عنوان الرسالة

الوسائط الغير نمطية للإعلان الخارجى ودورها فى رسائل التوعية العامة

اسماء المشرفين

أ.م.د.نسرین عزت جمال الدين-م.د.إلهام عبد الرحمن إبراهيم

ملخص الرسالة

يتناول البحث كيفية توظيف الأنواع المختلفة للوسائط الغير نمطية فى الإعلان الخارجى واستثمار هذه الوسائط كوسيلة إعلانية لتحقيق الأهداف الاتصالية لرسائل التوعية بالقضايا العامة فى مصر من خلال استخدام فنون جديدة على الشعب المصرى للتغیر من نمطية الإعلان وتطويع هذه الفنون ومنهمفن التجهيز فى الفراغ وفن الأداء وفن الجسد وفن البيئة والفن التكنولوجى وفن الفيديو والفن الجرافيتى وفن الشارع واعتباره فن غير إجرامى وفن غير تخريبى لإستخدامه بالشكل الأمثل فى الإعلان الخارجى وتناول البحث أيضاً الإطار المفاهيمى لرسائل التوعية وهو التعرف بشكل أوضح على مفهوم الوعي وأنواع الوعي ومنها مفهوم التوعية ومفهوم رسائل التوعية والتعرف على ما هى أنواع رسائل التوعية ومكونات هذه الرسائل والإستراتيجيات المستخدمة فى التخطيط لحمالات التوعية ومراحل بناء رسائل التوعية ومناقشة الفنون التى الممكن تطويعها فى صنع إعلان خارجى توعوى غير نمطى وتوصل البحث إلى استثمار بعض فنون ما بعد الحداثة القابلة للإستخدام فى الإعلانات الخارجية التوعية فى مصر كمصدر لإستلهام وسائط غير نمطية تناقش بعض القضايا المجتمعية فى مصر.

الدارس

هالة محمد أحمد بيومي

عنوان الرسالة

القيمة المضافة في الإعلان التجاري في ضوء استراتيجيات التسويق الحديثة

اسماء المشرفين

أ.د. ميسون محمد قطب- أ.م. د. نسرين عزت جمال الدين- أ.د. تامر عبد اللطيف عبد الرازق-
أ.د. على السيد إبراهيم عوجة

ملخص الرسالة

يهتم البحث بدراسة القيمة المضافة في الإعلان التجاري في ضوء استراتيجيات التسويق الحديثة، واشتملت الرسالة على ثلاثة أبواب: الباب الأول: الإعلان التجاري بين الفكر والتصميم ويشمل ثلاثة فصول الأول: التخطيط والتصميم في الإعلان التجاري الفصل الثاني: نظم المعلومات التسويقية وأهميتها للإعلان التجاري، الباب الثاني: القيمة المضافة وتحقيق الميزة التنافسية في الإعلان التجاري ويشمل ثلاثة فصول: الفصل الأول: دور القيمة في توجيه سلوك المستهلك الفصل الثاني: القيمة المضافة وإيجاد الميزة التنافسية الفصل الثالث: استراتيجيات التسويق الحديثة وإيجاد القيمة المضافة، الباب الثالث: الدراسة التحليلية والتطبيقية لنماذج إعلانية تجارية تحقق مفهوم القيمة المضافة ويتناول الفصل الأول: الدراسة التحليلية الوصفية لنماذج إعلانية تجارية ودراسة علاقتها بالقيمة المضافة الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية وتتضمن تصميم اعلانات تجارية تحقق مفهوم القيم المضافة.

الدارس

سالى سامى محمد عبد التواب

عنوان الرسالة

تصميم هوية بصرية للبرنامج التلفزيونى وعلاقتها بهوية القناة

اسماء المشرفين

أ.د.مجدى عبد العزيز إمام-أ.م.د.رانيا فاروق عبد العظيم-أ.د.ميسون محمد قطب-أ.د.السيد
إبراهيم محمد قنديل

ملخص الرسالة

يهتم البحث بدراسة تصميم الهوية البصرية للبرنامج التلفزيونى وعلاقتها بهوية القناة، انقسمت الرسالة إلى ثلاثة أبواب تضمنت ستة فصول شملت الدراسة النظرية والتحليلية والتطبيقية المتعلقة بتصميم هوية بصرية للبرنامج التلفزيونى وعلاقتها بهوية القناة، وذلك على النحو التالى: الباب الأول: الهوية البصرية الإعلامية والبرامج التلفزيونية، الباب الثانى: صناعة هوية بصرية للبرنامج التلفزيونى، الباب الثالث: العلاقة بين الهوية البصرية للبرنامج التلفزيونى وهوية القناة (دراسة تحليلية-تطبيقية) وانتهت الدراسة التطبيقية بالنتائج، وانتهت الدراسة بالنتائج والتوصيات والمراجع، بالإضافة لملخص الرسالة باللغة العربية واللغة الإنجليزية.

الدارس

أمنية عز الدين محمد عبد العزيز

عنوان الرسالة

فن المنيمال ودوره فى تصميم الإعلان المعاصر

اسماء المشرفين

أ.د.حمدى صادق أبو المعاطى-أ.م.د.رشا محمود السيد-أ.م.د.نسرین عزت جمال الدين

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى إلقاء الضوء على فن المنيمال وكيفية الإستفادة من سمات وفلسفة هذا الفن فى شكل معاصر يتناسب مع تصميم الإعلان فى العصر الحديث، وذلك من خلال دراسة تاريخ فن المنيمال، ثم دراسة تطبيقات فلسفة فن المنيمال فى مجال تصميم الإعلان المعاصر. وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة، وتتضمن الرسالة ثلاثة أبواب، وقد تناول الباب الأول: مابعد الحدائثة فى الفن وظهور فن المنيمال، وتناول الباب الثانى: تأثير فنون ما بعد الحدائثة وفلسفة فن المنيمال على تصميم الإعلان، الباب الثالث: يتضمن الدراسة التحليلية والدراسة التطبيقية، ثم النتائج والتوصيات والمراجع والملخص والمستخلص.

الدارس

هانزاده عبد الحليم أحمد حلمى البديوى

عنوان الرسالة

إعادة تصميم البراند وعناصر الهوية البصرية لمهرجان القاهرة السينمائي الدولي

اسماء المشرفين

أ.د.نجوى العدوى-أ.د.إيهاب صبرى العجاوى-أ.د.محمد أشرف رضا-أ.م.د.محمد سعد قردش

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى إعادة تصميم عناصر الهوية البصرية لمهرجان القاهرة السينمائي الدولي من خلال دراسة العلوم المؤصلة بالبرند وبيئة البراند وشمولية قيمته ودراسة عناصر الهوية اللفظية والبصرية، وتحليل تطبيقات هذه العناصر على كلاً من مهرجان برلين السينمائي الدولي ومهرجان دبي السينمائي الدولي ومهرجان القاهرة السينمائي الدولي خلال العشر سنوات الماضية فى الفترة من عام ٢٠٠٤ إلى عام ٢٠١٤. تم توظيف معطيات هذه الدراسة لتصميم نماذج جديدة للهوية البصرية الخاصة بمهرجان القاهرة السينمائي الدولي، بهدف تحسين الصورة الذهنية الخاصة بالمهرجان وإعادة مكانته بين المهرجانات الرائدة الدولية. وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة، وثلاثة أبواب: الباب الأول يتضمن الدراسة النظرية ويتكون من الفصل الأول: البراند وتسويق البراند، الفصل الثانى: الهوية اللفظية والبصرية للبراند. الباب الثانى: الدراسة التحليلية: الفصل الأول: مهرجان برلين السينمائي الدولي، الفصل الثانى: مهرجان دبي السينمائي الدولي، الفصل الثالث: مهرجان القاهرة السينمائي الدولي، الباب الثالث: الدراسة التطبيقية، ثم النتائج والتوصيات والمراجع والملخص.

الدارس

رشا كمال عبد الحكيم عبد المحسن

عنوان الرسالة

مدرسة الباوهاوس وأثرها فى تصميم الإعلان

اسماء المشرفين

أ.د. عبيد حسن عبده-أ.د. فاتن على أحمد أبو الوفا-أ.د. عبد العزيز ممدوح عبد العزيز الجندى-
أ.م.د. نسرين عزت جمال الدين

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى دراسة مدرسة الباوهاوس وأثرها فى تصميم الإعلان من خلال ثلاثة أبواب: اشتمل الباب الأول على تاريخ وفلسفة ومبادئ وفنانو مدرسة الباوهاوس من خلال ثلاثة فصول تناول الفصل الأول نبذة تاريخية عن مدرسة الباوهاوس وأهم أفكارها والفصل الثانى مدراء الباوهاوس وأهم إنجازاتهم فى الباوهاوس، والفصل الثالث تناول رواد الباوهاوس وإدارة العملية التعليمية الفنية فى الباوهاوس، أما الباب الثانى فتناول التصميم فى الباوهاوس وأثره على تصميم الإعلان من خلال فصلين، الفصل الأول تناول الدلائل التشكيلية فى مدرسة الباوهاوس وأثرها على تصميم الإعلان أما الفصل الثانى فتناول الإتجاهات الفنية المنبثقة من الباوهاوس وتأثيرها فى تصميم الإعلان وأخيراً تناول الباب الثالث الدراسة التحليلية لثماتجربة التطبيقية، وأخيراً النتائج والتوصيات والمراجع.

الدارس

ساره جمال عبد القادر

عنوان الرسالة

دور الواقع الافتراضي فى بناء الأفكار الإعلانية

اسماء المشرفين

أ.د. عبير حسن عبده-أ.م.د. رانيا فاروق عبد العظيم-أ.م.د. رشا محمود السيد-أ.م.د. هبة أمير أحمد

ملخص الرسالة

شهد العقد الأخير من القرن العشرين وبدايات القرن الحادى والعشرين تقدماً هائلاً فى المجال التكنولوجى عامة وتكنولوجيا المعلومات والحاسبات والاتصالات خاصة، ومع تطور استخدام التقنيات المساعدة للتصميم للتعايش مع الفكرة التصميمية ومع استخدام تكنولوجيا الواقع الخيالى (الحقيقة الافتراضية VR) وظهور وتطور المشهد الافتراضى كنتيجة لهذه التقنيات وتوظيفها فى عمليات التصميم بشكل عام والتصميم الإعلانى بشكل خاص، كانت هناك الحاجة للمعرفة بمفهوم الواقع الافتراضى والوقوف على أهم العناصر التى تشكل الواقع الافتراضى ومعرفة مزاياها وإمكانياته المتعددة ونشأته، ويتكون البحث من أربعة فصول، الفصل الأول: الواقع الافتراضى Virtual reality تعريفه ونشأته، والفصل الثانى: منظومة التفكير- الواقع الافتراضى-ال، لان، والفصل الثالث: المشارك فى الإتصال ودوره فى البيئة الافتراضى، والفصل الرابع: الدراسة التحليلية، ثم النتائج والتوصيات والمراجع، بالإضافة إلى ملخص الرسالة باللغتين العربية والإنجليزية.

الدارس

ولاء محمد على سليمان حواس

عنوان الرسالة

تطوير الفكرة الإعلانية من خلال التكامل الإيكو-تكنولوجي

اسماء المشرفين

أ.د. إيهاب محمد صبرى العجماوى-أ.د. لمياء عبد الكريم قاسم-أ.د. رانيا على محمود الحصرى-
أ.م. د. سمر هانى السعيد أبو دنيا

ملخص الرسالة

يتناول البحث كيفية العلاقة التكاملية بين علم الإيكولوجي والتكنولوجيا أو ما يعرف باسم التكامل البيئي التقني، وكيف ساهمت تلك العلاقة التكاملية في ظهور العديد من الإتجاهات الفنية والتصميمية التي أثرت الرسالة الإعلانية وحققَت مغزاها وأهميتها بالنسبة للبيئة المحيطة والشركة أو المنظمة المعلنة في نفس الوقت. وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة، وأربعة أبواب، تناول الباب الأول: دراسة العلاقة بين البيئة والتصميم، الباب الثاني: مفهوم البيئة والإيكولوجي في التصميم، الباب الثالث: التكامل الإيكوتكنولوجي وتصميم الإعلان، الباب الرابع: الدراسة التحليلية والدراسة التطبيقية، ثم النتائج والتوصيات والمراجع والملخص.

الدارس

هبة نظمي خليل أبو العطا موسى

عنوان الرسالة

تصميم المواقع الإلكترونية لتحقيق الفاعلية الإستخدامية

اسماء المشرفين

أ.د.محمود علم الدين سليمان - أ.د.عبير حسن عبده - أ.د.جيهان حسين الريفى - أ.م.د.رانيا فاروق عبد العظيم

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى دراسة الأنماط المختلفة لسلوك المستخدم وتفاعله تجاه المواقع الإلكترونية وعلاقة تصميم الموقع الإلكتروني للرفع من مدى قابليته للإستخدام، وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة وأربعة فصول:تناول الفصل الأول نشأة الإنترنت والإطار العام لبناء الموقع الإلكتروني، الفصل الثاني: سلوك المستخدم تجاه الموقع الإلكتروني، الفصل الثالث:التصميم لتحقيق الفاعلية الإستخدامية للموقع الإلكتروني، الفصل الرابع:الدراسة التحليلية والتطبيقية ثم التوصيات والمراجع والملخص.

الدارس

إيمان حسن مصطفى سليم

عنوان الرسالة

الضوء كعنصر اساسى فى ضياغة الفكرة الإعلانية

اسماء المشرفين

أ.د. تامر عبد اللطيف عبد الرازق- أ.د. ميسون محمد قطب- أ.د. رانيا على محمود الحصرى-
أ.م.د. رانيا فاروق

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى دراسة الضوء فهو العنصر الخلاق لتعبيرية التصميم الإعلاني وله أهميته فى خلق جو انفعالي وكثير من المؤثرات الخاصة فيعتبر من أهم عناصر التكوين حيث أنه ذو تأثير أساسى فى بداية عملية الإبداع ثم دراسة التطورات فى مجال إضاءة إعلانات الطرق والتطورات التى شهدتها إعلانات الطرق فى مصر ومراحل تصميم إعلانات الطرق المضيئة منها مرحلة التأهب والتحضير والتجلى والتحقيق والعلاقات البصرية فى التكوين التشكلى البصرى لإعلانات الطرق والوظائف والاهداف التى تحققها الإضاءة فى إعلانات الطرق. وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة، وثلاث فصول، تناول الفصل الأول: الضوء وطبيعته وعلاقته باللون وخصائصه، الفصل الثانى: إعلانات الطرق ومزاياها وعيوبها ومتطلبات العملية التصميمية فى إعلانات الطرق المضيئة الفصل الثالث: الدراسات التحليلية والتطبيقية ثم النتائج والتوصيات والمرجع والملخص.

الدارس

هيام أحمد السيد

عنوان الرسالة

إستخدام تقنية التصوير ثلاثى الأبعاد كوسيلة إعلانية داخل المراكز التجارية

اسماء المشرفين

أ.د.لمياء عبد الكريم قاسم- أ.د.جيهان حسين الريفى- أ.م.د.محمد سعد قردش- أ.د.عادل عبد الرحمن

ملخص الرسالة

موضوع الدراسة هو فن التصوير ثلاثى الأبعاد واستخدامه كوسيلة اعلانية مبتكرة داخل المراكز التجارية،حيث تكونت الرسالة من أربعة أبواب حيث انقسم الباب الأول لثلاثة فصول الأول يعرض نبذة عن المراكز التجارية والثانى يتطرق للفراغ المركزى للمركز التجارى والثالث يتناول حركة المتلقى داخل الفراغ المركزى للمراكز التجارية ثم الباب الثانى من الدراسة والذى انقسم ايضا لثلاثة فصول الأول يتناول فن الرسم ثلاثى الأبعاد كاحد أساليب الخداع البصرى والثانى تناول فن الرسم ثلاثى الأبعاد كعمل فنى داخل المركز التجارى وعملية التذوق الفنى له والفصل الثالث قام بتسليط الضوء على عدد من أهم وأشهر الفنانين العالميين والذين برعوا فى استخدام تقنية الرسم ثلاثى الأبعاد أما عن الباب الثالث وانقسم أيضا لثلاثة فصول أولهم يتناول التصميم الإعلانى المنفذ باستخدام تقنية الرسم ثلاثى الأبعاد ومرحلة ثانيهم تطرق لدراسة الأهداف الإتصالية للإعلان باستخدام تقنية الرسم ثلاثى الأبعاد وثالثهما اهتم بدراسة الإستجابات السلوكية وسيكولوجية المتلقى نحو الإعلان المنفذ بتقنية التصوير ثلاثى الأبعاد وأخيرا الباب الرابع والمتعلق بالدراسة التطبيقية للبحث وذلك بتصميم بعض النماذج الإعلانية مستخدمة تقنية الرسم ثلاثى الأبعاد.

الدارس

مى حسن محمد حسن حسين

عنوان الرسالة

المناخ الإبداعي ودوره فى تكوين رؤية تصميمية للإعلان

اسماء المشرفين

أ.د.تامر عبد اللطيف عبد الرازق- أ.د.نجوى العدوى- أ.د.حمدي أبو المعاطى- أ.م.د.سمر هانى
السعيد أبو دنيا

ملخص الرسالة

يهدف البحث إلى توضيح أهمية المناخ الإبداعي والمتغيرات والوثرات المرتبطة به بهدف مساعدة المصمم على تنمية وتحفيز القدرة الإبداعية لديه وأثره على العملية التصميمية، والتعرف على المعايير والإستراتيجيات المتبعة لتحقيق مناخ إبداعي يدعم للمصمم المصرى الوصول إلى تصميم إعلاني يتميز بالأصالة الإبداعية وقادر على المنافسة العالمية. وتتكون الرسالة من خطة البحث وبها المقدمة، وسبع فصول، تناول الفصل الأول: الإبداع (مفهومه وأهميته ومكوناته)، الفصل الثانى: (المناخ الإبداعي وأثره على عملية الإبداع)، الفصل الثالث: (علاقة المناخ الإبداعي ببعض المتغيرات الإجتماعية والنفسية)، الفصل الرابع: (معوقات المناخ الإبداعي فى مصر)، الفصل الخامس: (عوامل تنمية القدرات الإبداعية والمناخ الإبداعي)، الفصل السادس: (الإعلان الإبداعي والإستراتيجيات الإعلانية المختلفة فى الإبداع)، الفصل السابع: الدراسة التحليلية، ثم النتائج والتوصيات والمراجع والملخص.