

المستخلصات

القيم الابتكارية والإبداعية لاستراتيجيات التسويق الغير تقليدية في تصميم الإعلان في

المملكة العربية السعودية

اسم الطالبة: الاء عابد عبيد المستادي

تمثلت مشكلة الدراسة في استخدام القيم الإبداعية و الابتكارية لاستراتيجيات التسويق غير التقليدي في تصميم ملصقات إعلانية كونها أحد أحدث و أكثر أنواع التسويق انتشارًا ، وهدف البحث إلى الكشف عن القيم الإبداعية و الابتكارية فيها لتطبيق ملصقات إعلانية باستخدامها.. وقد تناول البحث في إطاره النظري الملصق الإعلاني و أنواعه و خصائصه (في الفصل الثاني) ، و استراتيجيات التسويق غير التقليدي بأنواعها و خصائصها و مميزاتها و توضيح علاقتها بالإبداع و الابتكار وأثرها على المتلقي ثم قامت الباحثة باستعراض لبعض الملصقات المعروضة عالميًا و المنفذة باستخدام استراتيجيات التسويق غير التقليدي و توضيح القيم الإبداعية و الابتكارية فيها (في الفصل الثالث) . وتم إستعراض وتحليل عدد من الملصقات المعروضة في المجمعات التجارية في مدينة جدة (في الفصل الرابع) ،وقامت الباحثة بعد ذلك بعمل بعض التطبيقات لملصقات صممت باستخدام القيم الإبداعية و الابتكارية لاستراتيجيات التسويق غير التقليدي في المملكة العربية السعودية. و بناءً على تلك الدراسة استنتجت الباحثة عدة نتائج كان من أهمها أن استخدام استراتيجيات التسويق غير التقليدي يطلق العنان للمصمم الإعلاني في تصميم الملصقات لما تتميز به من إبداع و ابتكار ، و أن لها دورًا هامًا في زيادة قدرة الملصق على جذب انتباه المتلقي ، وأن الابتكار في تنفيذ الملصقات الإعلانية قد يساهم في إثراء الرؤية الجمالية للمجتمع.

Abstract

INNOVATIVE AND CREATIVE VALUES OF GUERRILLA MARKETING IN ADVERTISING DESIGN IN KINGDOM SAUDI ARABIA

Guerrilla Marketing is one of the most popular and modern marketing strategy around the world. as it use both creativity and innovation in a none conventional way to create advertising strategy for designers to design their advertising campaign, therefore this research aims to make use of the creativity and innovation values that the Guerrilla marketing offers to design advertising posters in Saudi Arabia to increase the aesthetic values in poster design. As for the theory part the researcher stated in chapter two the origins of the advertising posters including the details about the properties and design rules. In the third chapter the Researcher pointed on the main highlights on the history of the Guerrilla marketing and the properties and uses of it then mentioned the creative and innovative values of the Guerrilla Marketing and then explained them on some poster samples from around the world. Then in the fourth chapter, the Researcher analyses some poster samples from Jeddah City malls. After that on the fifth chapter, the researcher made some posters using the Creative and Innovative values of the Guerrilla Marketing. Finally, based on the researched studies the Researcher came to some conclusions. some of them are using the Guerrilla Marketing Strategies will take the advertising to the next level, because it will unleash the potential and creativity of the advertising Designers also it will increase the poster ability in getting the Audience attention and it will contribute in Enriching the aesthetic vision of society