People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التـعليم الـعالـي والـبحث العلـمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

كلـية الأدب الـعـربـي والـفنـون

Faculty Of Arabic Literature and Arts

FLAA
كلية الأدب العربي والفنون
Faculty of arabic literature and Arts

UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في التصميم الغرافيكي

تصميم هوية بصرية للمأكولات الجاهزة في الوسط الجامعي "وجبتي"

إعداد الطالب :

حمرراس كمال محمد الامين

تحت اشراف :

أ. بلبشير أمين

اسم و لقب الاستاذ	الرتبة العلمية	الفة في اللجنة
أ. دبلاجي السعيد	أستاذ مساعد (أ)	رئيسا
أ . العايب نصيرة	أستاذ مساعد (أ)	مناقشا
أ . بلبشير أمين	أستاذ مساعد (أ)	مشرفا و مقررا
د. بوعزة مختار	أستاذ محاضر (ب)	مساعد مشرف

السنة الجامعية : 2024 - 2025

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التـعليم الـعالـي والـبحث العلـمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

كلـية الأدب الـعـربـي والـفنـون

Faculty Of Arabic Literature and Arts

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في التصميم الغرافيكي

تصميم هوية بصرية للمأكولات الجاهزة في الوسط الجامعي "وجبتي"

إعداد الطالب :

حمرراس كمال محمد الامين

تحت اشراف :

أ. بلبشير أمين

اسم و لقب الاستاذ	الرتبة العلمية	الفة في اللجنة
أ. دبلاجي السعيد	أستاذ مساعد (أ)	رئيسا
أ . العايب نصيرة	أستاذ مساعد (أ)	مناقشا
أ . بلبشير أمين	أستاذ مساعد (أ)	مشرفا و مقررا
د. بوعزة مختار	أستاذ محاضر (ب)	مساعد مشرف

السنة الجامعية : 2024 - 2025

الاهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

في مستهل هذه المذكرة ، أود أن أعبر عن امتناني العميق لأغلى الناس على قلبي، عائلتي وأصدقائي، الذين كانوا عونا لي في كل خطوة. لولا وقوفكم إلى جانبي، ما كنت لأتمكن من تجاوز التحديات وتحقيق هذا الإنجاز المتواصل .

إلى والداي الحبيبين، نور حياتي وسندي الذي لا يتزعزع، شكرا لكما على كل دمعة مسحتها وكل ضحكة غرستها في قلبي ، حبكما كان وقودي و محفزي ودعاؤكم كان حصني و تفاؤلي .

إلى أخي سمير و اخواتي الأوفياء شكرا لكونكم رفاق دربي، تشاركونني فرحي و حزني لقد خففتم عني صعوبة الحياة ، وجودكم جعل كل شيء أسهل وأجمل.

وأصدقائي الأعزاء جيريو بن عودة ، طويري دلال ، بوجحفة حليمة ، شكرا لكم وتقديرا على كل لحظة دعم وكل كلمة تشجيع و تذكير ، كنتم المرآة التي عكست لي أفضل ما في الدراسة .

ولا أنسى أساتذتي الأفاضل، الذين أضاءوا طريقي بالعلم والحكمة، لقد كنتم خير المعلمين و المرشدين لكل ما احتجت اليه من معرفة في هذا المسار الدراسي .

أقدم لكم جميعا جزيل الشكر وأصدق الامتنان، فأنتم صناع نجاحي، وسأحمل في قلبي ذكراكم إلى الأبد.

بكل الحب والتقدير.

الشكر و العرفان

الحمد لله رب العالمين، الذي بنعمته تتم الصالحات، وأصلي وأسلم على سيدنا محمد، خاتم النبيين وإمام المرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين، اما بعد .

لا أجد الكلمات التي تعبر عن عميق امتناني وصدق شكري لكل من ساندني وساهم في إتمام هذه المذكرة، والتي كانت ثمرة جهد متواصل وتوفيق من الله عز وجل .

أحمد الله سبحانه وتعالى على نعمه التي لا تعد ولا تُحصى، فقد منّ عليّ بالصحة والعقل، ووفقني لإتمام هذا العمل، فله الحمد أولاً وآخراً.

أتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذين المشرفين ، بلبشير امين ، و بوعزة مختار، اللذان لم يبخلا عليّ بتوجيهاتهم القيمة و نصائحهم الثمينة ، فكانا خير عون لي في رحلتي البحثية . كما أشكر كل الأساتذة الأفاضل الذين قدموا لي المعرفة والإرشاد طوال سنوات دراستي .

لا يسعني إلا أن أعبر عن امتناني العميق لوالديّ الكريمين، اللذين كانا سندي ودعمي و دعائهم في كل خطوة ، ولم يقتصر هذا على الدعم المعنوي فحسب، بل شجعاني بكل ما أوتيا من قوة ، كما أشكر إخوتي وأصدقائي الذين وقفوا إلى جانبي وساندوني بكلماتهم المشجعة.

أخص بالشكر كل من ساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في إنجاز هذا العمل ، سواء بقراءة المسودة، أو تقديم ملاحظات ، أو حتى بالدعاء لي بالنجاح .

ختاما

أسأل الله تعالى أن يجزي كل من ساعدني خير الجزاء، وأن يبارك في جهودهم، وأن يوفقني وإياهم لما فيه خير الدنيا والآخرة .

الفهرس :

الاهداء ..... ب

شكر و العرفان ..... ت

الملخص ..... ح

المقدمة ..... خ

الفصل الاول 1

العلامة التجارية للمأكولات و التطبيق الالكتروني و تأثيرها على سلوك المستهلك 1

I. الاطار النظري للعلامة التجارية :..... 3

1/ مفهوم الهوية البصرية (اساسياتها. خصائصها) 3

2/ تأثير الهوية البصرية على المستهلك 5

3/ عناصر الهوية البصرية للمطعم 6

4/ دوافع انشاء العلامة التجارية 6

II. التطبيق الالكتروني وعلاقته بالعلامة التجارية :..... 7

1/ التطبيقات الالكترونية وبناء علامة تجارية قوية 7

2/ طرق الترويج للتطبيق 8

3/ علاقة التطبيق الالكتروني بطلب من مطعم 9

الفصل الثاني 10

تجلي جمال التكوين الفني من خلال تصميم هوية بصرية للوجبات السريعة وواجهة تطبيق الكتروني لمطعم "وجبتي" 10

I. تصميم الهوية البصرية للمؤسسة..... 12

1/ تصميم الهوية البصرية بعناصرها. 12

2/ الاسم التجاري. 12

3/ مرحلة التخطيط و اختيار الشعار. 12

4/ مرحلة الانجاز ببرنامج(ADOBE ILLUSTRATOR (Ai..... 13

5/ مرحلة اختيار الالوان 15
6/ مرحلة اختيار الشعار اللفظي 18
II. تطبيقات الهوية البصرية 18
1/ تصميم خلفية لشعار مطعم "وجبتي" 20
2/ تصميم مستلزمات لمطعم "وجبتي" و الشعار 20
3/ تصميم الملصق الاشهاري 20
4/ تصميم قائمة الطعام لمطعم وجبتي 22
5/ تصميم لافتة اشهارية 23
II . تصميم التطبيق الالكتروني 24
1/ مرحلة اختيار الالوان.....25
2/ مرحلة اختيار الخط للتطبيق 26
3/ مراحل انشاء التطبيق بإستخدام برنامج ADOBE ILLUSTRATOR 27
4/ النتائج النهائية ببرنامج ADOBE ILLUSTRATOTR 31
الخاتمة 35
قائمة المراجع 36

الملخص :

تهدف هذه الدراسة الى تصميم هوية بصرية للمأكولات الجاهزة في الوسط الجامعي "وجبتي" ، بحيث قمت بإنشاء هوية بصرية لهذا المطعم ، اضافتا الى تصميم تطبيق الكتروني خاص بها ، ومن خلال المنهج الوصفي التحليلي قمت بشرج التناسق ما بين عناصر الهوية البصرية للمطعم و التطبيق الالكتروني ، و الذي من خلاله توصلت الى عدت نتائج ، تقتضي باعتماد الطلبة على هذا التطبيق اكثر ، لما يوفره من مزايا و خدمات متنوعة عن بعد من المطعم ، كما ان المطعم في حد ذاته ليس اقل شأننا من التطبيق ، بسبب ما يقدمه من اكلات ذات قيمة غذائية و مكونات ذات جودة ، و خدمته التي تعمل بالتعاون مع التطبيق في سرعة تحضير الطلبية و تسليمها .

الكلمات المفتاحية :

هوية بصرية ، مطعم ، مأكولات ، تطبيق الكتروني .

Abstract :

This study aims to design a visual identity for the ready-to-eat food in the university environment “Wajbati ”, so I created a visual identity for this restaurant, in addition to designing an electronic application for it, and through the descriptive analytical approach, I explained the consistency between the elements of the visual identity of the restaurant and the electronic application, through which I reached several results, requiring students to rely on this application more, because of the advantages and various services it provides remotely from the restaurant, and the restaurant itself is not less important than the application, because of the food it provides with nutritional value and quality ingredients, and its service that works in cooperation with the application in the speed of preparing the order and delivering it.

Key words

Visual identity, restaurant, food, electronic application .

المقدمة

في العصر الرقمي الحالي، حيث أصبحت الصورة تتجاوز قيمتها الجمالية لتصبح لغة تواصل رئيسية ، تبرز أهمية الهوية البصرية كعامل حاسم في نجاح أي مشروع تجاري وخاصة في قطاع المطاعم ، و تعتبر الهوية البصرية نظاما متكاملا من العناصر المرئية التي تعبر عن شخصية العلامة التجارية وقيمها، حيث يشكل التصميم الجرافيكي العمود الفقري لهذا النظام من خلال توظيفه المدروس للعناصر البصرية كالألوان والخطوط والرموز، في هذا الإطار، يأتي تصميم الهوية البصرية لمطعم "وجبتي" الموجه للوسط الجامعي كحالة دراسة تبحث في سبل توظيف أدوات التصميم الجرافيكي لخلق هوية مميزة تتناسب مع ذائقة الجيل الجامعي وتحقق أهداف العمل التجاري.

و هذا يتمثل في نمط الحياة السريع الذي يعيشه الطلاب الجامعيون، بسبب ضيق الوقت والوجبات الغذائية الشبه المنعدمة ، تبرز مشكلة حقيقية في غياب خيارات طعام سريعة وصحية تلبي احتياجات هذه الاخيرة، فمطعم "وجبتي" يقدم حلا مبتكراً لهذه الإشكالية من خلال دمج مفهوم التغذية السليمة مع سرعة الخدمة، مدعوما بتجربة رقمية متكاملة تبدأ بهوية بصرية جذابة وتنتهي بتطبيق عملي يسهل عملية الطلب والتوصيل.

يشكل التصميم الجرافيكي جسرا بين القيم التجارية للمطعم وتصورات الجمهور المستهدف، حيث تتمحور الإشكالية الأساسية حول كيفية جعل الطعام الصحي أول خيار للطلاب في ظل انشغالهم الدراسي واعتمادهم على الوجبات السريعة التقليدية ، ولهذا تعمل العلامة التجارية بشكل فوري وفعال ، لأن الشعار المدروس يعكس الحيوية والصحة ، ونظام الألوان المتناسقة تثير الشهية ، والطباعة المختارة بعناية تغيير الصورة النمطية للوجبات الجامعية .

يأتي هذا البحث في إطار مشروع تطبيقي يهدف إلى تصميم **هوية بصرية متكاملة** لمطعم **"وجبتي"**، مع التركيز على الجوانب الجمالية والوظيفية التي تجعل العلامة التجارية قادرة على المنافسة في سوق يمتلئ بالخيارات. كما يتناول البحث تصميم **واجهة تطبيق إلكتروني** تسهّل عملية الطلب والتوصيل، مع مراعاة الخصائص النفسية والسلوكية للجمهور المستهدف الطلاب الجامعيين .

لماذا خترت جانب المأكولات في الوسط الجامعي ؟

لقد اخترت التخصص في مجال المأكولات الجامعية لسبب شخصي يتعلق برغبتي في الخروج عن النمطية التقليدية في اختيار مواضيع البحث، و هذا يعكس تجربة حية وواقعية نعيشها كل يوم في الحرم الجامعي. لطالما لاحظت إهمال هذا الجانب رغم أهميته الحيوية، حيث نجد أنفسنا كطلاب مضطرين للاختيار بين وجبات غير صحية أو حلول مكلفة وغير عملية .

وسبب ثاني موضوعي ينبع من واقع ملاحظاتي اليومية كطالب جامعي ، فإن الواقع الجزائري خاصة يعاني من نقص حاد في الاهتمام بثقافة الغذاء الصحي للطلاب ، فمعظم المقاهي والمطاعم الجامعية تقدم وجبات نمطية دون مراعاة للقيمة الغذائية أو الجوانب الصحية ، ناهيك عن غياب أي تصور جمالي أو هوية بصرية مميزة لهذه الأماكن .

اختياري لهذا الموضوع جاء أيضا من قناعة راسخة بأن التصميم الجرافيكي يمكن أن يكون أداة تغيير حقيقية. فمن خلال هوية بصرية مدروسة وتطبيق عملي، يمكن تحويل تجربة الطعام الجامعي من مجرد ضرورة إلى اختيار واعٍ وممتع ، هذا المشروع يمثل بالنسبة لي فرصة لدمج شغفي بالتصميم مع رغبتي في إحداث تأثير إيجابي في محيطي الجامعي.

ومن هنا نصل الى مجموعة من التساؤلات :

- ما هي عناصر الهوية البصرية التي يجب تضمينها في تصميم هوية بصرية لمطعم "وجبتي" ؟
- كيف يمكن توظيف التكوين الفني في تصميم هوية بصرية وواجهة تطبيق إلكتروني تعبر عن نشاط تجاري موجه للوسط الجامعي، وتجمع بين الجمال والوظيفة؟
- كيف يمكن توظيف مبادئ تجربة المستخدم في تصميم تطبيق يسهل عملية الطلب والتوصيل؟
- ما تأثير الهوية البصرية المتماسكة على تعزيز الثقة وزيادة المبيعات؟

المنهج :

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، بالاستناد إلى تجربة شخصية في تصميم شعار وهوية بصرية، وتصميم واجهة تطبيق لمطعم "وجبتي"، مع الاستعانة بالمراجع النظرية و الكتب المتخصصة في التصميم الجرافيكي و الاستعانة بالأعمال القبلية التي تبرز طرق عملية تصميم التطبيقات الالكترونية.

هيكل البحث:

بعد المقدمة قمت بفصل نموذجا لمذكرة الى فصلين من جانب نضري و جانب تطبيقي ، وقد تمثل الفصل الاول بعنوان العلامة التجارية للمأكولات و التطبيق الالكتروني و تأثيرها على سلوك المستهلك ، و تداركت في هذا الفصل الجانب النضري من الهوية البصرية وقسمته الى جزئيين ، الجزء الاول قدمت شرحا مفصلا عن الهوية البصرية و جميع مفاهيمها ، و الجزء الثاني تحدثت فيه عن علاقة الهوية البصرية بالتطبيقات الالكترونية ، اما الفصل الثاني الذي كان بعنوان تجلي جمال التكوين الفني من خلال تصميم هوية بصرية للوجبات السريعة وواجهة تطبيق الكتروني ، قد قسمته الى ثلاثة اقسام ، اولها تصميم الهوية البصرية للمؤسسة ، مبرزا مراحل انشاء الشعار الخاص بالعلامة التجارية ، ثم الجزء الثاني بعنوان تطبيقات الهوية البصرية المتمثلة في تحديد عناصر الهوية البصرية للمطعم من ملصقات و مأكولات ...الخ ، وانهيت في الجزء الثلاث و الاخير بعنون تصميم التطبيق الالكتروني "وجبتي" الذي قمت فيه بتصور افتراضي لكل واجهات هذا التطبيق و طريقة عمله ، و هذا ما يجعل من هذه العلامة التجارية الجديدة تحقق النتائج المنشودة .

لمطعم "وجبتي"

مصادر الدراسة :

- اتباع ارشادات و توجيهات و نصائح الاستاذ المشرف
- الاستعانة بمراجع و مصادر
- ادرات كل المكتسبات القبلية في مساري الدراسي

الدراسات السابقة :

- مذكرة محمد زاير , تصميم هوية بصرية لمنتجات غذائية تقليدية " تمريات لينة " , مذكرة ماستر, كلية الأدب العربي و الفنون , جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم 2023 .
- مذكرة بلفكرات ايهاب اسلام , تصميم موقع الكتروني لمؤسسة التعليب و التغليف "غلفني" , مذكرة ماستر, كلية الأدب العربي و الفنون , جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم 2024 .

الفصل الاول

العلامة التجارية للمأكولات و التطبيق الالكتروني و تأثيرها على سلوك المستهلك .

I . الاطار النظري للعلامة التجارية :

1/ مفهوم الهوية البصرية (اساسياتها. خصائصها) .

2/ تأثير الهوية البصرية على المستهلك .

3/ عناصر الهوية البصرية للمطعم .

4/ دوافع انشاء العلامة التجارية .

II. التطبيق الالكتروني وعلاقته بالعلامة التجارية :

1/ التطبيقات الالكترونية وبناء علامة تجارية قوية .

2/ طرق الترويج للتطبيق .

3/ علاقة التطبيق الالكتروني بطلب من مطعم .

1/ مفهوم الهوية البصرية (اساسياتها. خصائصها) :

تعد الهوية البصرية من أهم الطرق التعبير عن العلامة التجارية ، وهي تلعب دور مهم في التسويق. واهم المزايا الخاصة بها تعتمد على التواصل العاطفي مع العملاء، حيث تلعب دورا في الإقناع والتأثير بدلًا من التواصل عبر الكلمات، لذلك يجب تفادي الاخطاء عند تصميم الهوية البصرية ، لأنه من المهم جدًا أن رسالتك بشكل صحيح إلى العملاء.

- ما هي الهوية البصرية ؟

الهوية البصرية هي الجانب البصري من العلامات التجارية التي تخلقها الشركات[1]، وهي كل ما يجذب العميل بدايتا من الشعار وحتى التصميم الداخلي لمتجر أو الموقع الإلكتروني. و هي التي ترفع من قيمة العلامة التجارية في المجتمع وتصف ما تقدمه من الخدمات والمنتجات, بالإضافة الى أن تفاعل الجمهور يتعلق بالطريقة التواصل مع العملاء من خلال هويتك البصرية .

*** اساسياتها** :

الشعار: هو رمزاو صورة او عنصر مرئي يستعمل للدلالة على علامة التجارية او سلعة معينة[2]. يكون الشعار بسيطاً ، و يعبر عن قيمة الشركة و يكون نقطة البداية لبقية العناصر البصرية.

الخطوط : الخطوط المستخدمة في الهوية البصرية تعكس أسلوب العلامة التجارية ، وقد تضطر احيانًا الى تحريفها للحصول على تصميم شعار نصي مميز بشكل مختلف عن النص العادي[3]، مثل الإعلانات ، والموقع الإلكتروني، والمطبوعات .

الألوان : هو الادراك الذي يوفر بعدًا مهمًا في الاتصال المرئي من حولنا[4] ،والتفاعل مع الجمهور. تُختار ألوان الهوية بناءً على طبيعة العلامة ورسالتها، ويتم تعيينها حسب دليل استخدام الألوان لضمان الاتساق عبر جميع الوسائط .

---

[1] موقع https://digitsmark.com/ar/blogs/visual-identity . الهوية البصرية . اخر اطلاع 10/04/2025 .

[2] اسس التصميم الجرافيكي ، د أحمد جمال احمد عيد ، جامعة الاقصر ، دار محسن للطباعة ، 2014 . ص 116 .

[3] اساسيات تصميم الرسومات ، محمد زاهر شلار ، اكاديمية الحاسوب ، ص 32 .

[4] نفس المرجع السابق ، اساسيات تصميم الرسومات . ص65 .

الصور والرسوم :إنه عرض تقديمي مرئي للمعلومات في شكل مخطط ، او رسم بياني ، او صورة أخرى مصحوبة بحد ادنى من النصوص[5] ،حيث يجب أن تكون الصور متناسقة مع الرسالة البصرية مما تساهم في إيصال المفاهيم الأساسية للجمهور.

الأيقونات :هي جزء من الهوية البصرية تُستخدم في المواقع والتطبيقات لتعزيز التواصل البصري ، ويجب ان يصمم بأحجام مختلفة بحسب موضع الاستخدام ويجب ان يكون متناسقًا و متكاملاً مع بقية عناصر الهوية البصرية[6] .

الأشكال والأنماط :يمكن تعريفه بأنه عبارة عن مساحة تتمايز و تتباين عن محيطها باللون و الملمس[7]، و تُستخدم الأشكال الهندسية ،أو الأنماط كعناصر يضيف طابعاً فريداً للهوية ، و يمكن استخدامها في الخلفيات.

*** خصائصها :**

التصميم الرقمي :يشمل تصميم المواقع الإلكترونية، و التطبيقات، وواجهات المستخدم[8].

البحث والتحليل: تشمل دراسة السوق وتحليل المنافسين وفهم تفضيلات العملاء لتحديد اتجاه التصميم.

التناسق البصري: هي العنصر الذي يضمن انسجام جميع العناصر المرئية (الألوان، الخطوط، الصور) .

التكيف الثقافي: عملية تعديل على عناصر الهوية البصرية لتناسب العادات الاجتماعية للجمهور المستهدف، مع مراعاة الرموز والألوان والتصاميم التي تتناسب مع السياق الثقافي.

الدليل الإرشادي: هي وثيقة توضح القواعد والمعايير الخاصة بتطبيق الهوية البصرية، تشمل مواصفات الشعار، أنظمة الألوان والخطوط، وأمثلة تطبيقية لضمان الاستخدام الصحيح للهوية في جميع الوسائط .

---

[5] اساسيات تصميم الرسومات ، محمد زاهر شلار ، اكاديمية الحاسوب . ص 172.

[6] نفس المرجع السابق ، اساسيات تصميم الرسومات . ص 191 .

[7] نفس المرجع السابق ، اساسيات تصميم الرسومات . ص 36 .

[8] موقع قطوف .https://qtoof.academy/digital-design/ اخر اطلاع 09/04/2025 .

2/ تأثير الهوية البصرية على المستهلك :

للهوية البصرية دور كبير في التأثير على رغبة المستهلك في الطلب و التجربة ، وهذا بسبب العملية الشرائية والحصرية ، و لهذا تعمل على جذب المشتري وزيادة المبيعات و توفير معاملات خاصة للزبون، فمن الضروري صناعة هوية بصرية جذابة للفئة المستهدفة تعكس هوية النشاط التجاري[9] .

1 التمييز والاعتراف بالعلامة :

الشعار والألوان :تصميم بصري حصري يجعل من العلامة التجارية سهلة التذكر والتمييز بين المنافسين.

الاتساق :استخدام عناصر رمزية عبر جميع المنصات (الإعلانات، مواقع التواصل) .

2 بناء الثقة والمصداقية:

الجودة البصرية :تصميم احترافي ينقل إحساسًا بالجودة والاناقة.

الوضوح :هوية واضحة تعكس قيم العلامة

3 التأثير العاطفي والنفسي:

الألوان : استخدام الالوان دافئة من اجل جذب الجمهور .

الطباعة :خطوط أنيقة ، و بسيطة تستخدم للعلامات حسب المحيط .

4 تعزيز الولاء والارتباط:

القصة البصرية :هوية تعكس معنى الشعار و عمق ارتباط المستهلك.

التفاعل :تصميم يتكيف مع تفضيلات المستهلكين (مثل تغيير الألوان حسب المناسبات) .

5 التأثير على القرار الشراءي:

جاذبية التغليف : ميول المستهلك الى شراء المنتج بناء على التصميم البصري للتغليف (وفقًا لدراسات Nielsen).

[9] موقع https://www.ufukcorp.com/post/visual_identity اخر اطلاع 11/04/2025

6 التكيف مع الثقافات والجماهير:

التخصيص :هوية مرنة تتكيف مع الثقافات و المحيط .

الشمولية :استخدام رموز أو ألوان تناسب تنوع الجمهور .

التأثير في العصر الرقمي:

التجربة الرقمية : هوية متكاملة عبر المواقع وتطبيقات الجوال تُحسن تجربة المستخدم.

وسائل التواصل الاجتماعي :صور وفيديوهات متناسقة تعزز الانطباع الإيجابي لدى الجمهور .

3/ عناصر الهوية البصرية للمطعم [10] :

- تصميم شعار البصري الذي يمثل هوية المطعم.
- تصميم اكياس ورقية للوجبات تحمل شعار المطعم وألوانه الأساسية.
- تصميم ملصقات إعلانية لجذب العملاء .
- تصميم ورق طاولات تحمل تصاميم تعزز الهوية البصرية و شعار المطعم .
- تصميم ملابس موحدة للعاملين تحمل ألوان وشعار المطعم.
- تصميم أغلفة علب البطاطس أو الوجبات الجانبية بتصميم مميز.
- تصميم قائمة مطعم مطبوعة أو رقمية بتنسيق جذاب وواضح.

4/ دوافع انشاء العلامة التجارية :

- توفير الوقت والجهد بتمكين الطلاب من الطلب وتلقي الطعام بدون الحاجة للخروج من الوسط الجامعي.
- توفير طرق دفع إلكترونية آمنة وسريعة بالبطاقات البنكية عبر تطبيق مخصص.
- تقليل وقت الانتظار بخدمة سريعة ومضمونة عبر نظام طلبات ذكي ونقاط استلام استراتيجية.
- تقديم وجبات متنوعة بأسعار مناسبة للطلاب داخل الجامعة.

[10] موقع https://www.companiespalace.com/restaurant-identity-design/ اخر اطلاع 11/04/2525

II. التطبيق الالكتروني وعلاقته بالعلامة التجارية:

التطبيق الرقمي يمثل النظام القلبي المركب للعلامة ، حيث يجسد هويته بتلك الواحِدة الالكترونية، ويحقق غايته الاساسية من خِلال توفير تجربة سريعة وآمنة. و من ميزات البارزة في التطبيق سهولة الحياة الجامعية . كما ذكرنا سابقا، من أفضل الطرق لزيادة ولاء العملاء هي تحقيق صورة جيدة عن علامتك ، بأداة فعالة في ترسيخ هذه الصورة هي بالدعاية والإعلان وزيادة ولاء العملاء.

1/ التطبيقات الالكترونية وبناء علامة تجارية قوية :

تعد التطبيقات الإلكترونية أداة حيوية لبناء علامة تجارية قوية في العصر الرقمي، حيث توفر نقطة من خلال التواصل ال مباشرة والتفاعل مع العملاء، يسهل على العلامات التجارية تقديم قيمة فريدة وزيادة المشاركة وتعزيز الولاء ، و تجعل من تجربة المستخدم سلسة ومحتوى شخصي للتطبيقات من المستخدمين متسق في أذهانهم.

يبني هذا الاتصال المنتظم والتفاعل باستمرار الثقة ويصنع انطباعا دائما بالجودة والاحتراف، لأنه عندما تواصل الشركات التواصل بانتظامٍ مع عملائها، تنمو باستمرارٍ بنية أخرى ، إضافة إلى استبدالها حسب الرأي الخاصِ ، في اختلافه البسيط ثم الواجب طرح السؤال ثم انتظار إجابة كافية إن لم يكن كافيا.

تحسن هذه التطبيقات كفاءة الخدمة وتعزز الفعاليات لدى المشتركين ، كما توفر بيانات حول اختيارات المستهلكين ونماذج مقترحة و صور توضيحية بجوة عالية ، وتخصيص ميزت الدفع الالكتروني ، مما يجعل من التطبيقات الإلكترونية تبني جسرا حيويا يربط بين الهوية التجارية وتوقعات العملاء في العصر الرقمي.

من خلال تطبيقات المتاجر الإلكترونية يُمكنك دائماً الاطلاع على ما هو جديد بالأسواق المحلية والعالمية، كما يمكنك الحصول على المنتجات وطلب شرائها من البائعين والتجار دون أية حاجة إلى قطع مسافات طويلة في سبيل التعرف على المنتجات والأسعار[11].

إن هذه التطبيقات تعزز كفاءة الخدمة والفعاليات وتوفر بنودا و خيارات للمستفيدين منها، كما تقترح نماذج مختلفة وصورا ملونة بجوانب متعددة.

وتعتبر ميزة الدفع الإلكتروني الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية طريق مؤثر وأساسي لبناء جسر متقدم من الأنوار ليصل من الهوية التجارية لتوقعات العملاء في العالم الإلكتروني و يربط بينهم.

[11] موقع النور اون لاين https://www.elnooronline.net/ اخر اطلاع 12/04/2025

2/ طرق الترويج للتطبيق :

في عالم اليوم المتسارع و المتطور ، يصبح الترويج عنصرا اساسيا لتحقيق النجاح لأي شركة ، بغض النضر عن حجمها او مجالها[11]، و لذلك فإن تصميم تطبيق الكتروني لشركة يحدد عدة طرق فعالة من أجل جذب العملاء ، نذكر منها :

1. التسويق عبر المحتوى :

- الترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- إنشاء محتوى جذاب .
- نشر فيديوهات قصيرة تُظهر سهولة استخدام التطبيق ومميزاته.
- مشاركة قصص (Stories) يومية لعروض حصرية وخصومات.

2. التسويق المؤثر :

- التعاون مع مؤثرين طلابيين .
- إطلاق تحديات مع هدايا للمشاركين.

3. الإعلانات المدفوعة :

- **اعلانات Facebook :**
- **إعلانات Youtube:**
- **اعلانات Instagram :**

3 المشاركة و الفعاليات :

- عروض تشجيعية لتحميل التطبيق
- خصم 20% على أول طلب عبر التطبيق.
- نقاط مكافآت لكل صديق يتم دعوته .
- سحب على وجبات مجانية لكل من يقيّم التطبيق.

---

[11] فن الترويج، محمد المقطري ، اليمن مدينة تعز ، مكتبة نور الرقمية، 2024 . ص 6

3/ علاقة التطبيق الالكتروني بطلب من مطعم :

يتم طلب الطعام عن طريق الاتصال هاتفياً بالمطعم لطلب الطعام، إما للطلب مسبقًا وتخطي الخط بالمطعم، أو لطلب الطعام واستلامه في المطعم، أو لتوصيل الطلب[12] .

1 تسهيل عملية الطلب وتقليل الحواجز :

واجهة بديهية :تصميم بسيط يسمح بإنهاء الطلب في أقل من 30 ثانية.

خيارات دفع متعددة :بطاقات، محافظ إلكترونية، نقداً عند الاستلام.

حفظ التفضيلات :تذكر الطلبات السابقة والعناوين المفضلة.

2 تعزيز الولاء وزيادة التكرارية :

برنامج مكافآت :نقاط لكل طلب تتحول لخصومات.

إشعارات مخصصة :عروض حصرية حسب تاريخ الطلبات.

تقييمات وتوصيات :نظام تقييم يحسن تجربة المستخدم.

3 تحليل البيانات لتحسين الخدمة :

تتبع أنماط الطلب :تحديد الأوقات الذروة والوجبات الأكثر طلباً.

تخصيص العروض : اقتراح وجبات بناءً على السجل السابق.

إدارة المخزون :التنبؤ بالطلب لتقليل الهدر .

4 التكامل مع المنظومة التشغيلية :

ربط مباشر مع المطبخ : تقليل الأخطاء في الطلبات.

نظام تتبع الطلبات : تحديثات لحظية عن حالة الطلب.

إدارة الشكاوى : رد فوري على ملاحظات العملاء .

---

[12] موقع https://taker.io/ar/blog اخر اطلاع 12/04/2025 .

فالتطبيق الإلكتروني ليس سوى وسيلة للطلب من المطعم بل هي أداة ذكية تحسن تجربة المستخدم للخدمة، وتعزز كفاءة العمل لدى مقدميها. فهي تمكن هؤلاء العملاء من اختيار الطعام وتقديم الطلب من بعد على الفور وعلى أي وقت أثناء وجودهم في مكان قريب أو بعيد، مما يجنبهم الوقت والجهد. كما يمنح التطبيق أيضا خيارات دفع متنوعة ، وقد يجذبهم ويشجعهم على إعادة التكرار، بالإضافة إلى ذلك فإنه يقدم تفضيلات بشكل خاص للأشخاص الذين اشتروا من قبل مما يحسن التكرار، ومن خلال طريقة التصميم البساطة للواجهة الرئيسية، يجذب التطبيق مستعمليه ويشجعهم على اعادة التكرار بعد التدقيق في حالة طلباتهم وانتهاءها.

كما يجب ادراج نظام التقييم والمراجعة الذي له دور في بناء ثقة أكبر بين المطعم والعملاء ورفع جودة الخدمة، ووضع استراتيجية تمكن المطاعم من التعرف على تفضيلات الزبائن وتطوير قوائمها وفقا لاحتياجاتهم بشكل عام ، تتمثل إجابيات التطبيق الإلكتروني في إمكانية رفع الكفاءة و المردودية ، مما يشكل جوهر النجاح اليومي في نطاق البيئة الغذائية الحالية.

الفصل الثانـي

تجلي جمال التكوين الفني من خلال تصميم هوية بصرية للوجبات السريعة وواجهة تطبيق الكتروني لمطعم "وجبتي"

تقديم المشروع

تصميم الهوية البصرية للمؤسسة :

مرت عملية تصميم الهوية البصرية للمطعم , بعدت مراحل و خطوات كالأتي :

1 تصميم الهوية البصرية بعناصرها

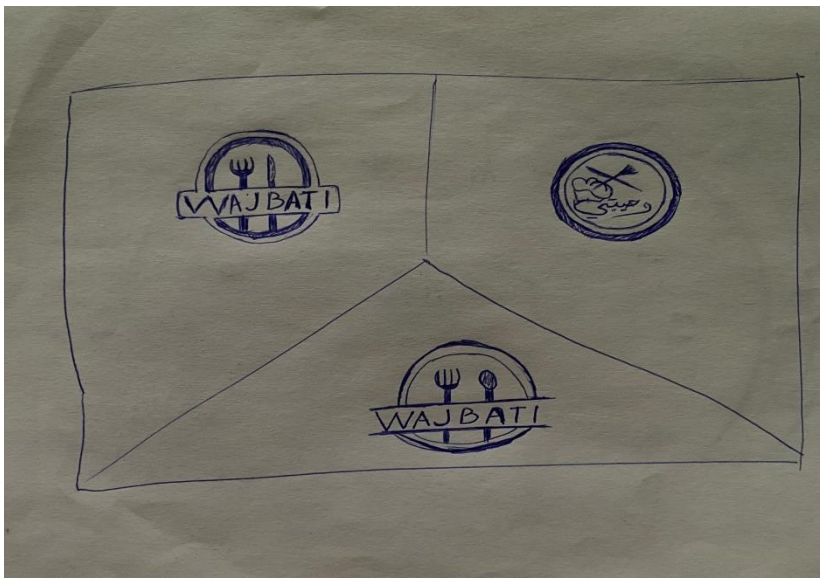
الاسم التجاري:

تم اختيار اسم "وجبتي" لأنه يحمل بعدا شخصيا , ما يجعل من العلامة التجارية مميزة بين الجمهور, لأنه من مزايا الاسم التجاري سهولة النطق والادراك و التذكير[13] .

- هذا الاسم "وجبتي" يعكس مفهوما مباشرا يرتبط بفكرة الوجبة الجاهزة .
- كما انه اسم ذو كنية عربية له جانب عاطفي يحفز على الاكل .
- من مواصفاته انه سهل النطق يجذب الانتباه للمؤسسة .

2 مرحلة التخطيط و اختيار الشعار :

في هذه المرحلة ، تم التفكير في الرموز البصرية التي تعبر عن طبيعة المطعم ، مثل الملعقة ، الشوكة ، السكين ، القبعة، والدائرة التي توحي بالشمول والمرونة , التي تعكس معنى العلامة التجارية .

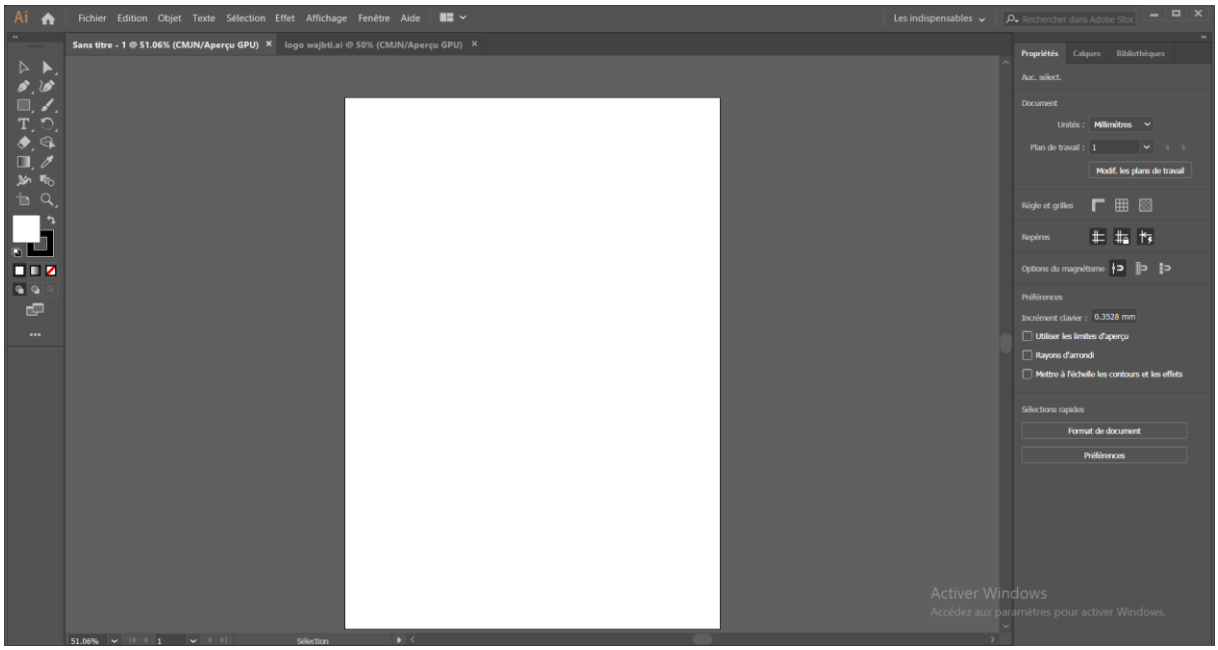


الشكل 1 : الرسومات الاولية لشعار مطعم "وجبتي"

[13] عماد صالح , إدارة العلامة التجارية والاسم التجاري, 10 يوليو 2021 , ص 5 .

3 مرحلة الانجاز ببرنامج ADOBE ILLUSTRATOR (Ai) :

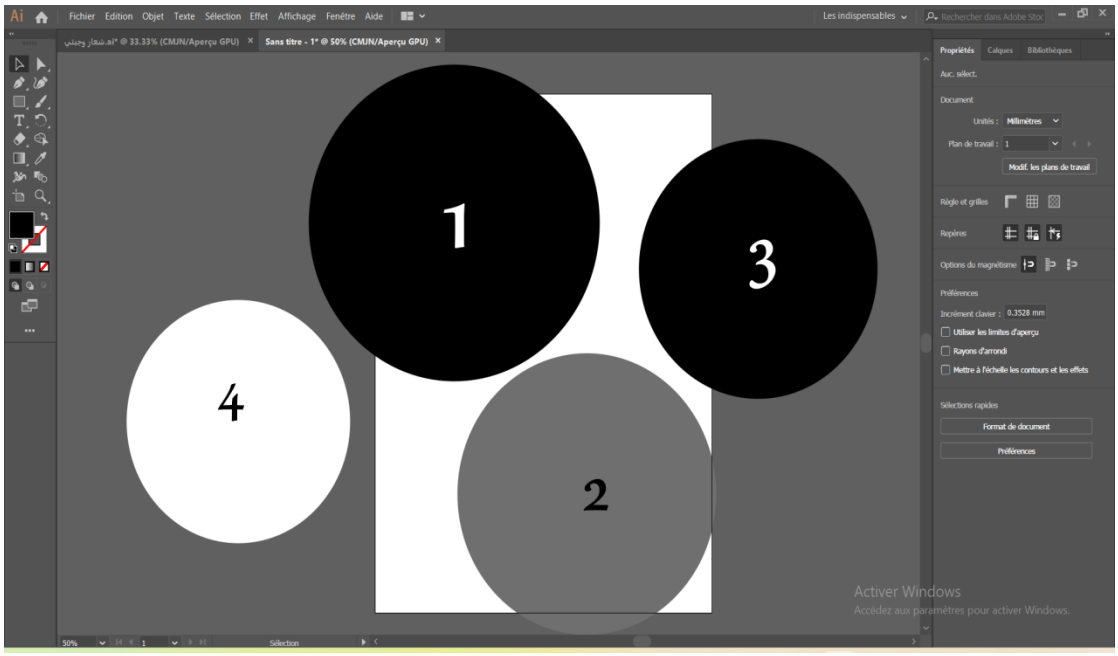
بعد الانتهاء من التخطيط ، تم الانتقال إلى التنفيذ باستخدام برنامج Adobe Illustrator ، لما يتمتع به من تصاميم الشعارات و الايقونات ز الرموز و الخطوط و المطبوعات الاعلانية [14] . تم رسم كل عنصر من عناصر الشعار على حدة ، و يجب بالطبع مراعاة أسس التصميم الجرافيكي في إخراجها من حيث توزيع المكونات البصرية و العناصر التشكيلية بشكل مناسب .



الشكل 2 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai

تم رسم الشعار على ورقة A4

[14] اساسيات تصميم الرسومات ، محمد زاهر شلار ، اكاديمية الحاسوب ، ص 124 .



الشكل 3 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai

و ايضا تصميم الشكل الخارجي للشعار من خلال عدة دوائر .

الشكل 4 : مرحلة من مراحل انجاز الشعار ببرنامج ai

4 مرحلة اختيار الالوان :

ان مطعم "وجبتي" هو في حد ذاته مطعم وما يقوم به هو تقدم المأكولات المختلفة ، و المكونات المتنوعة ، و من اجل ضمان ان انتباه الزبون للشعار يعمل على الجانب العاطفي ، اخترت ألوان مستوحاة من المأكولات الشائعة مثل البيتزة ، و اعتمدت على الصورة التالية في اختياري :

الشكل 5 : صورة البيتزة

[15]

من خلال موقع ADOBE COLOR ، بحيث يتيح لك Color إنشاء سمات لون وتحريرها بما يصل إلى عشرة ألوان أ, استخراج السمات من الصورة التي تلهمك ، ويقوم بتحويل السمات إلى ألوان RGB و LAB و CMYK و HSV و Pantone دون فقد السطوع أو دقة اللون[16].

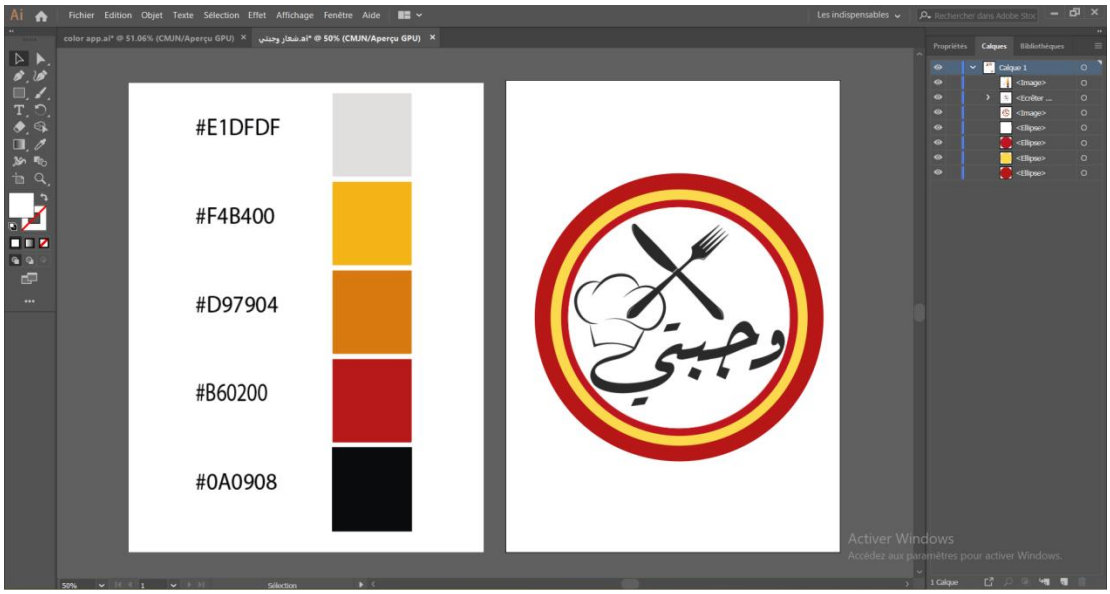
[15] موقع https://pngtree.com/ اخر اطلاع على الموقع يوم 01/05/2025 .

[16] موقع abobe, تصميم سمات لون فريدة واكتشافها | Adobe Color , اخر اطلاع على الموقع يوم 01/05/2025 .

الشكل 6 : لوحة الألوان من موقع ADOBE COLOR

[17] تصميم لوحة الوان مستوحى من مذكرة محمد زاير ,تصميم هوية بصرية لمنتوجات غذائية تقليدية "تمريات لينة" , جامعة مستغانم, 2023,ص 14 .

بعد تطبيق الألوان نتحصل على الشعار التالي :



الشكل 7 : شعار مطعم وجبتي بالألوان

ان مطعم وجبتي ضمن مجال تحضير و تقديم المأكولات للطلبة الجامعيين ، و لذلك اتبعت خطة احتواء جميع طلبيات الزبائن باستعمال رمز الدائرة في الشعار و الالوان المستعملة لها دور فعال في الاستقطاب ، وبذلك تحصلت على الشعار النهائي لمطعم وجبتي :

الشكل 8 : الشعار النهائي لمطعم وجبتي

5 مرحلة اختيار الشعار اللفظي :

يأثر الشعار اللفظي على العلامة التجارية بنسبة كبيرة لأنه يعكس معناها ، لذلك اخترت الجملة المناسبة لمطعم وجبتي كالاتي : باللغة الانجليزية " My breakfast and morning meal" .

باللغة العربية " وجبتي في الفطور و الصباح " .

II. تطبيقات الهوية البصرية :

1 تصميم خلفية لشعار مطعم "وجبتي":

لقد قمت بإنشاء 3 خلفيات فيها دمج بين الشعار و اماكن واقعية ، باستخدام برنامج

: ADOBE PHOTOSHOP

الشكل 9 : الخلفية الجدارية الاولى

الشكل 10 : الخلفية الثانية في اطار الرسم

الشكل 11 : الخلفية الثالثة في كوب القهوة

تصميم مستلزمات لمطعم "وجبتي" و الشعار :

لقد قمت بتصميم 4 قوالب باستعمال برنامج [18] ADOBE PHOTOSHOP :

الشكل 12 : قبعة الطباخ

الشكل 13 : مأزر الطباخ

الشكل 14: علبة طعام

الشكل 15 : قوالب متنوعة للمطعم

تصميم الملصق الاشهاري :

لقد صممت ملصقين لنشره على صفحة انستغرام و فايسبوك من اجل انتشارها بين المستخدمين , و كانت التصاميم من خلال برنامج ADOBE ILLUSTATOR :

[18] الصور مأخوذة من موقع https://pngtree.com/ اخر اطلاع يوم 09/06/2025 .

الشكل 16 : الملصق الاول لمنصة انستغرام

الشكل 17 : الملصق الثاني لمنصة فايسبوك

تصميم قائمة الطعام لمطعم وجبتي :

لقت قمت بتصميم القائمة بألوان الهوية البصرية للمطعم لأنها تبعث طابع نفسي مريح لكي يتداركها الزبائن ، من خلال برنامج ADOBE ILLUSTRATOE كالاتي :

الشكل 18 : قائمة الطعام

تصميم لافتة اشهارية :

باستعمال برنامج ADOBE PHOTOSHOP ، صممت اللفتة تخيلية في الواقع MOCKUP الأتية [19] :

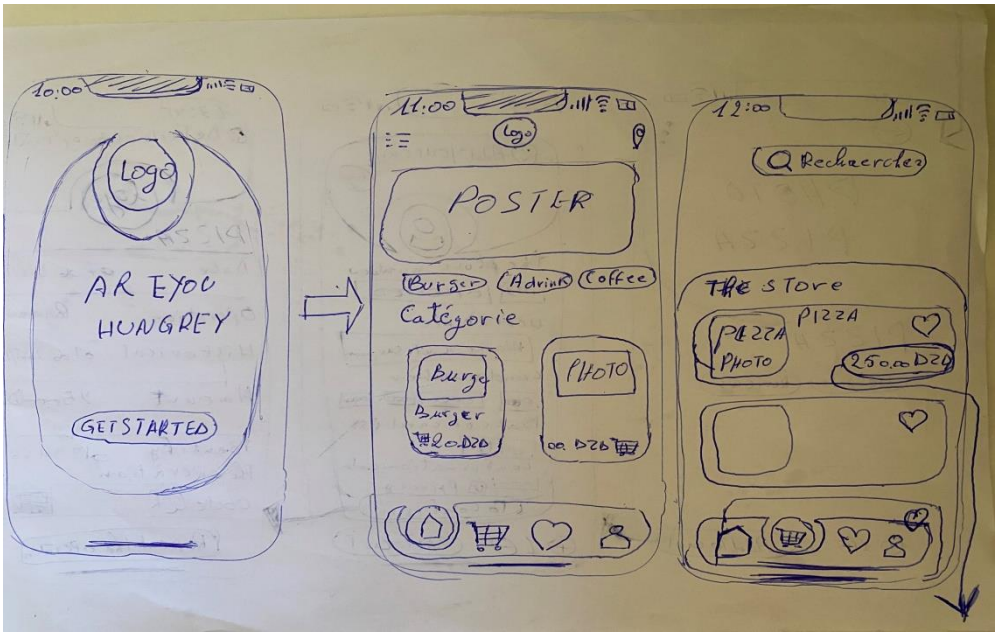
الشكل 19 : لافتة اشهارية للمطعم "وجبتي"

[19] موقع https://mockey.ai/mockups/ اخراطلاع في يوم 05/05/2025 .

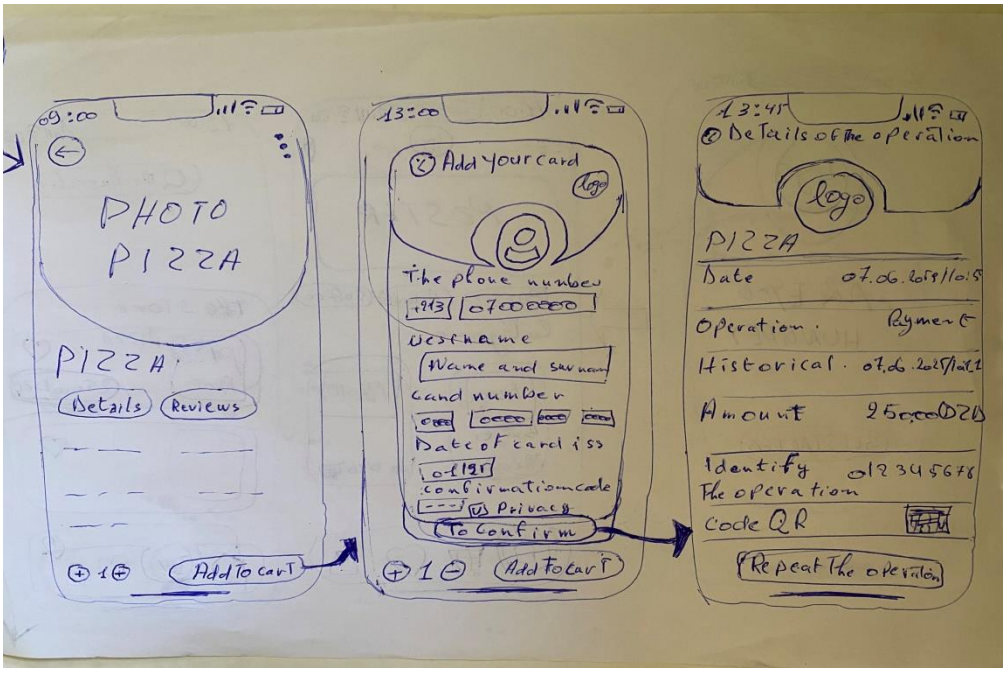
III . تصميم التطبيق الالكتروني :

التطبيق الالكتروني هو تطبيق خاص بمطعم "وجبتي" .

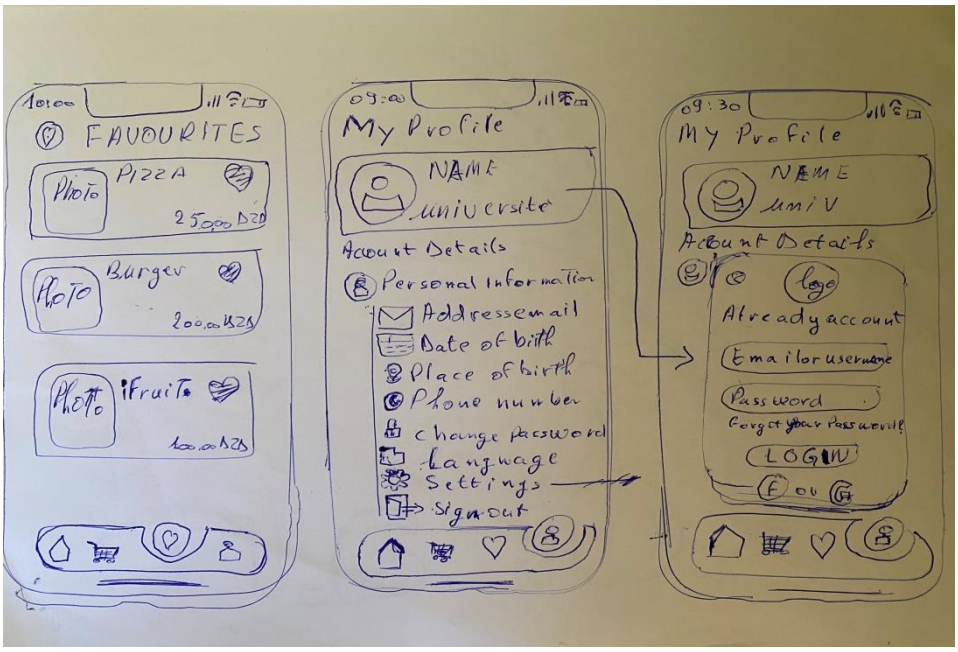
لقد مرى تصميم هذا التطبيق بعدت مراحل من تخطيط واختيار واجهة المستخدم نذكر منها :



الشكل 20 : رسم تخطيطي لواجهة التطبيق ومراحل العملية داخل التطبيق



الشكل 21 : مراحل عملية في التطبيق



الشكل 22 : مراحل عملياة في التطبيق

2 مرحلة اختيار الالوان :

لقد اعتمدت على نفس الوان العلامة التجارية لمطعم "وجبتي" لكي يترك طابعا فنيا :

الشكل 23 : الالوان المستعملة داخل التطبيق

3 مرحلة اختيار الخط للتطبيق :

للحط المستعمل في التطبيق اخترت خط Arial ، تصميم معاصر من sans serif [20] ، وهذا لعدت اسباب منها :

1 الوضوح والبساطة : بتمتع خط Arial بالنعومة و الوضوح ، مما يجعل من السهل قراءته على شاشة الهاتف والاجهزة .

2 القابلية للقراءة : هو خط يضمن وضوح النصوص داخل الواجهة سواء في العناوين أو القوائم ، و يتم قطع الضربات الطرفية على القطر مما يساعد على إعطاء الوجه مظهرا ميكانيكيًا أقل[0] .

3 التنوع: يتوفر الخط بأوزان مختلفة (Bold , Regular , black) تسمح بتنوع التصميم وجعل بعض العناصر تبرز عن غيرها.

4 الحداثة : هذا الخط له طابع فني من حيث زوايا الاحرف ما يجعله اكثر تناسقا مع المطعم .

5 التوافق مع اللغة العربية و اللاتينية : يدعم الخط اللغة العربية و الاجنبية بشكل جيد ، مما يجعله مناسبا في عدت مجالات كالطباعة و الالكترونيات و الإشهارات .

6 التكامل مع العناصر البصرية: يتناسق خط Arial بشكل رائع ، فهو يتأثر أيضًا بشدة بتصاميم أحادي النمطر[0] .

7 تحسين تجربة المستخدم : يساهم في تحسين تجربة المستخدم يترك انطباعا عاطفيا ، مما يجعله اكثر انسجاما مع الحالة المزاجية .

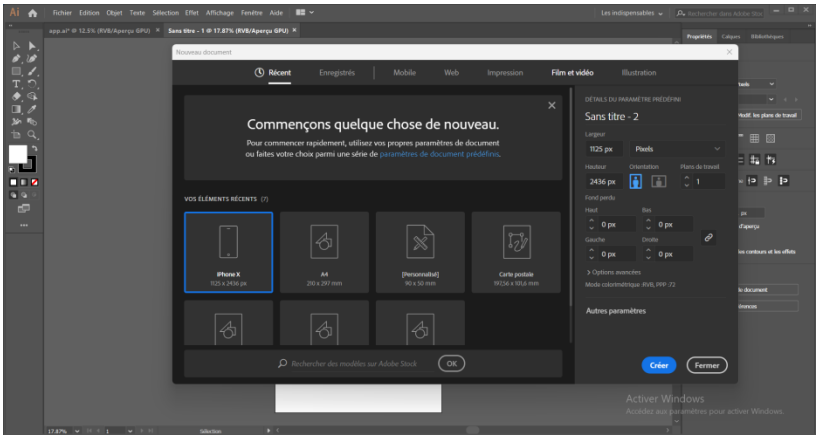
abcdefghijklmnopqurstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQURSTVWXYZ
1234567890 +-&é»'-è_ççàà=£µ$*§²,;:!?ù^

الشكل 24 : مثل تعريفي على خط Arial

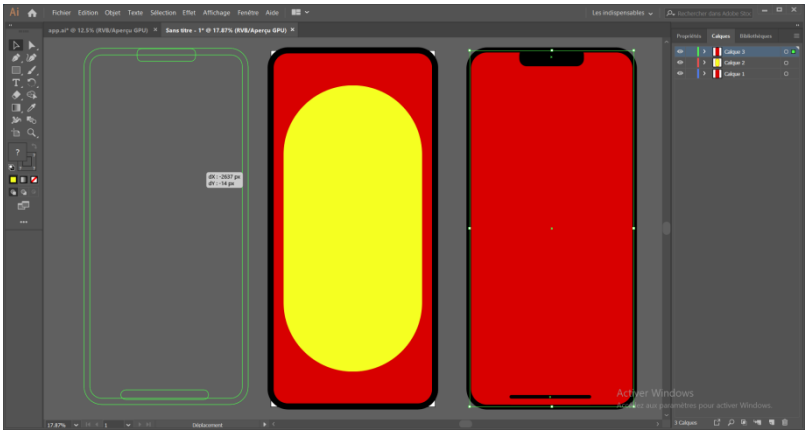
[20] موقع https://ar.wikipedia.org/wiki/arial اخر اطلاع في يوم 06/05/2025 .

4 مراحل انشاء التطبيق بإستخدام برنامج ADOBE ILLUSTRATOR :

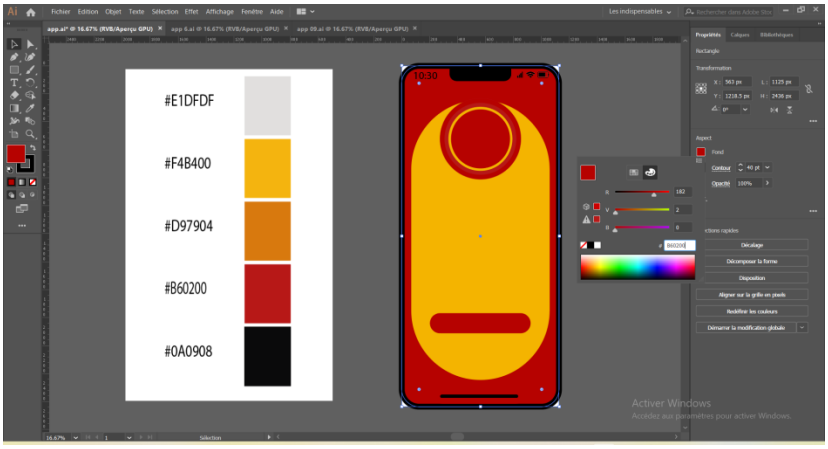
لقد قمت بتحديد مقاس الشاشة و اخترت شاشة هاتف IPHONE X بمقاس (x2436 px1125) :



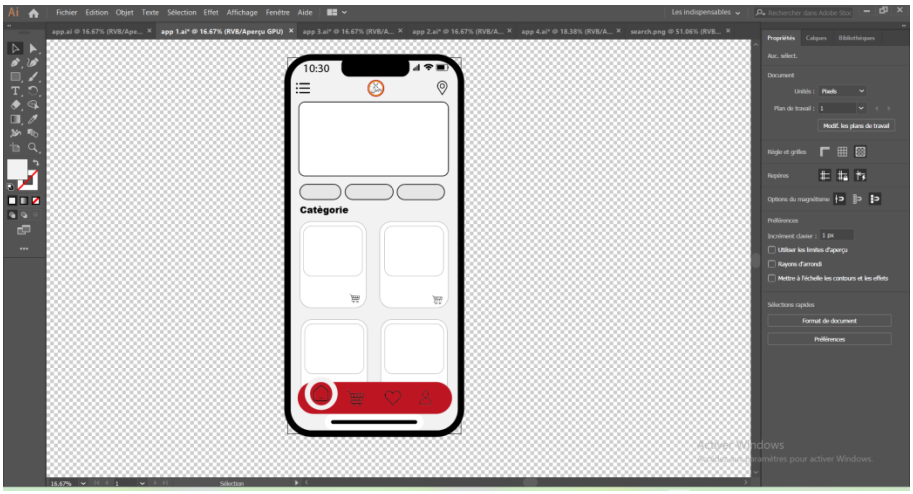
الشكل 25 : اول مرحلة في البرنامج



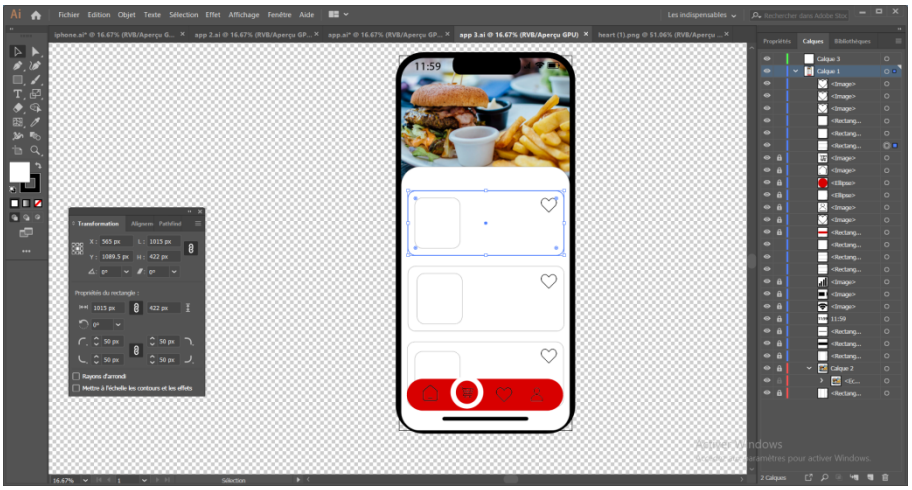
الشكل 26 : مرحلة تصميم الواجهة



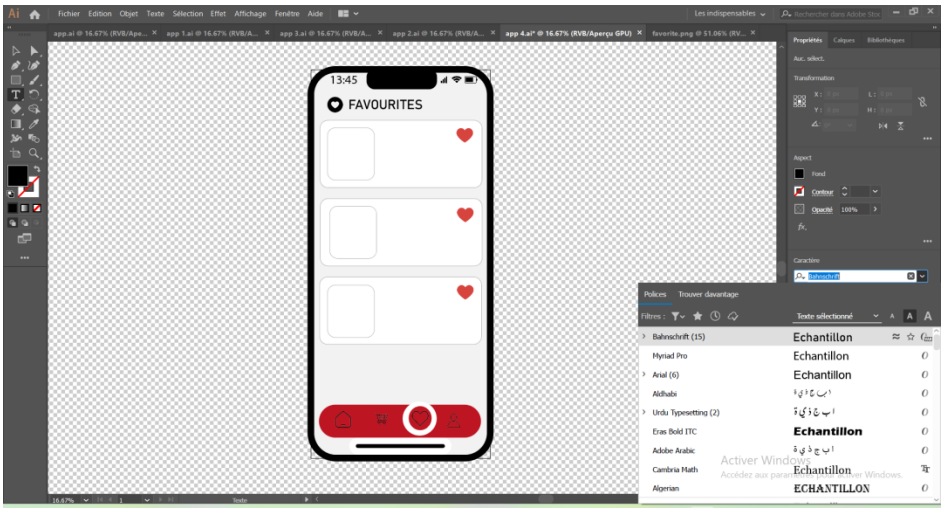
الشكل 27 : مرحلة اختيار الوان العلامة



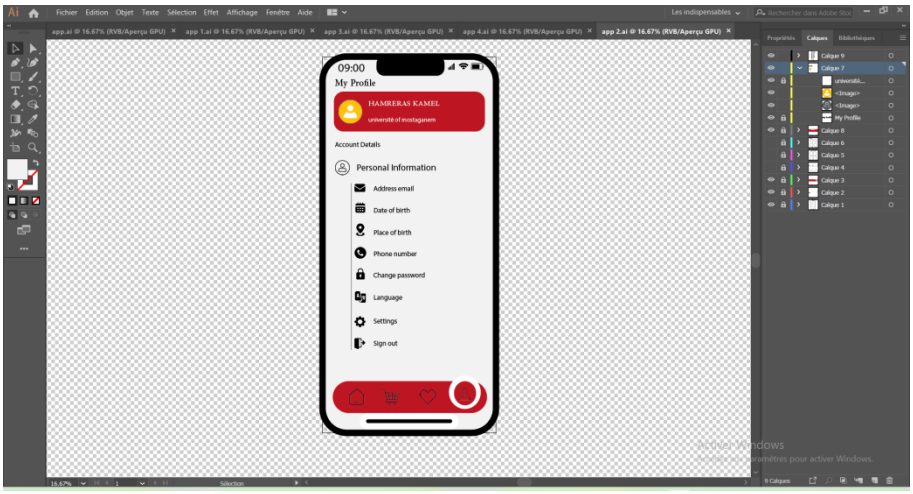
الشكل 28 : مرحلة انشاء الواجهة الاولى دخل التطبيق



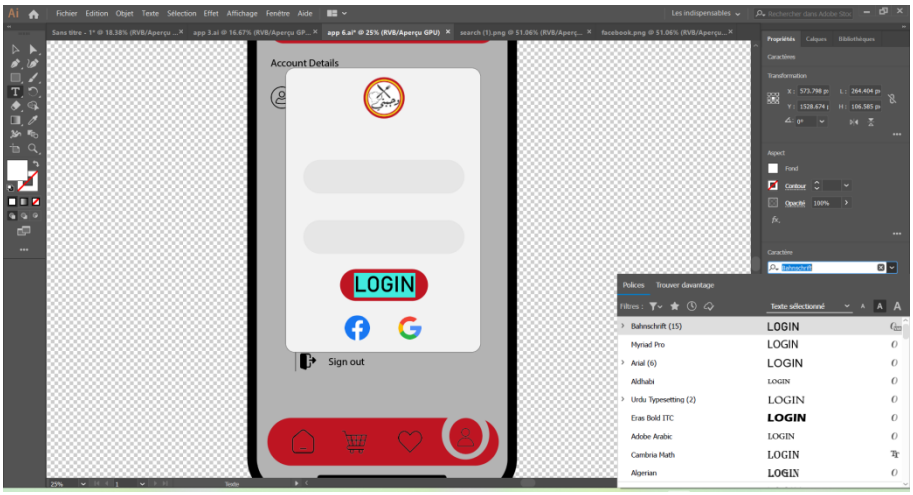
الشكل 29 : مرحلة انشاء الوجهة الثانية



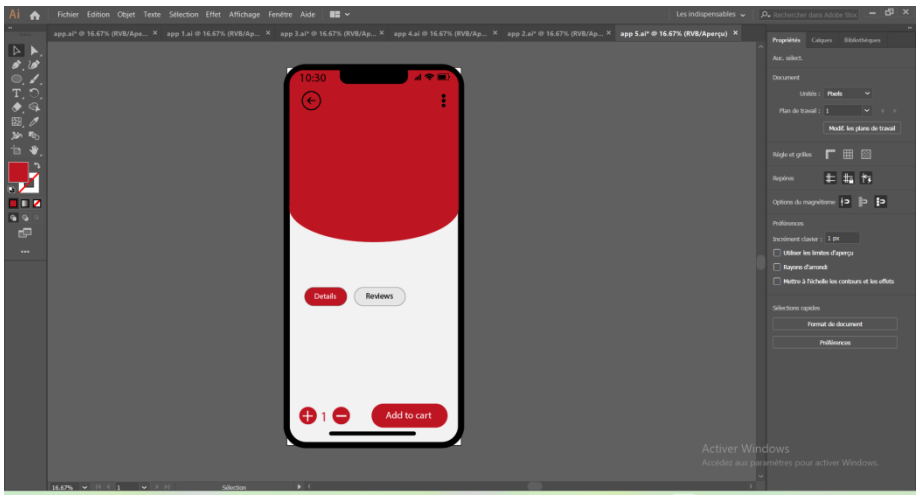
الشكل 30 : مرحلة الثالثة لإنشاء و تحديد الخط



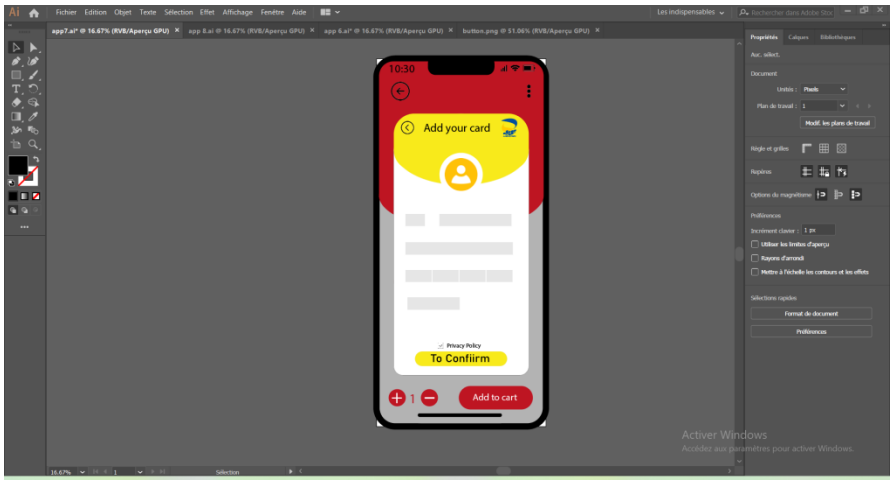
الشكل 31 : المرحلة انشاء الواجهة الرابعة



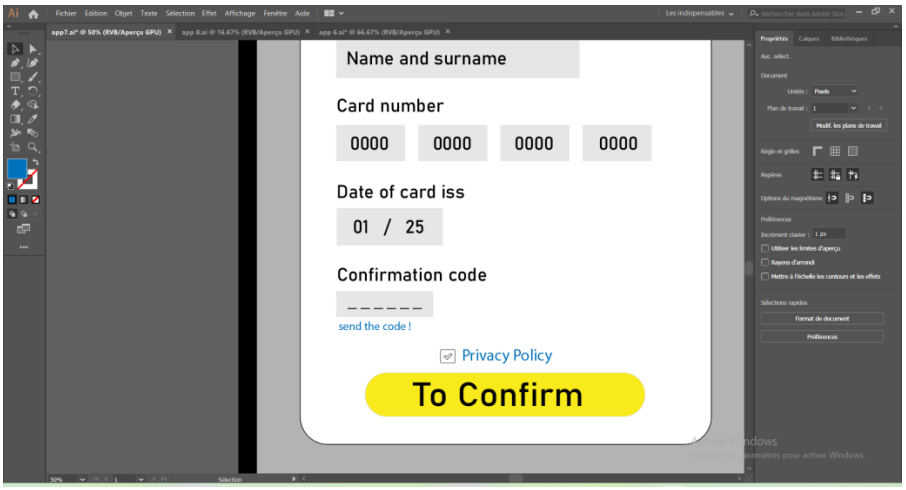
الشكل 32 : مرحلة من مراحل العملية عند تسجيل الحساب



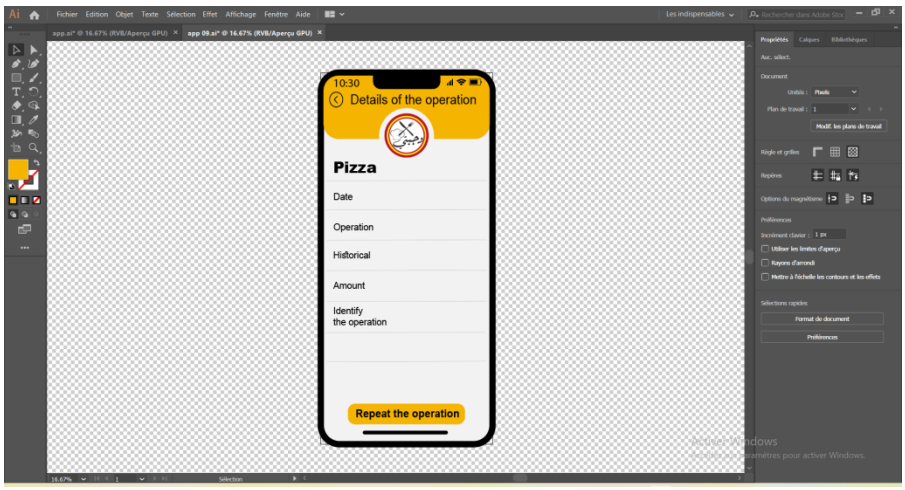
الشكل 33 : مرحلة انشاء مقترحات المطعم



الشكل 34 : انشاء مرحلة تسجيل حساب الدفع



الشكل 35 : مرحلة عملية في تحديد الخط



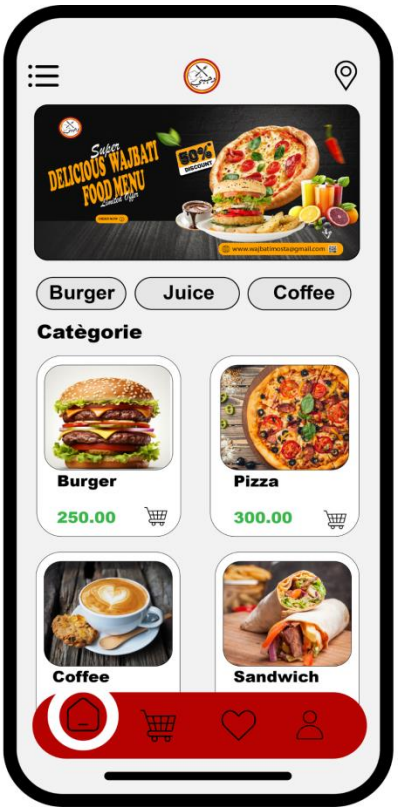
الشكل 36 : مرحلة انشاء تفاصيل الدفع

5 النتائج النهائية ببرنامج ADOBE ILLUSTRATOTR :

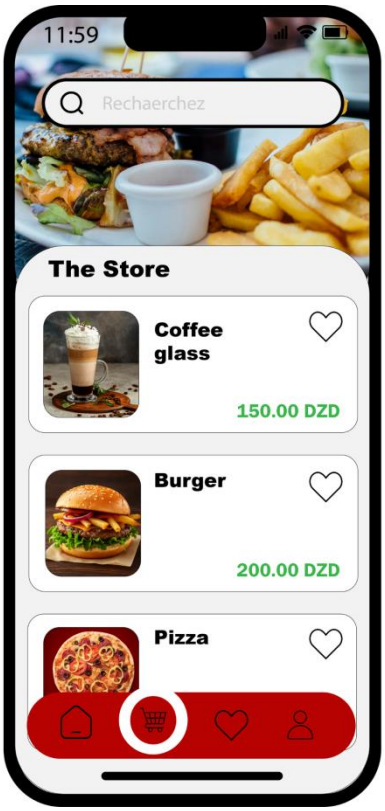
بعد العمل على انشاء التطبيق وتحديد جميع مزياه تطرقت الى النتائج التلية :

الشكل 37 : واجهة الهاتف الاولى

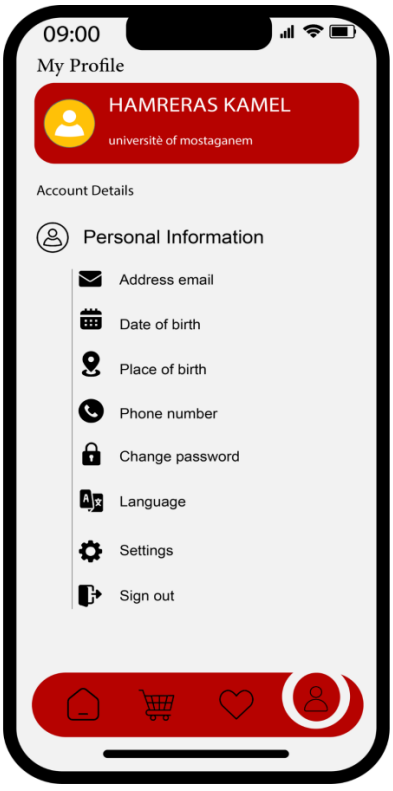
هنا وضعت التصور الواقعي للواجهات الداخلية للتطبيق .



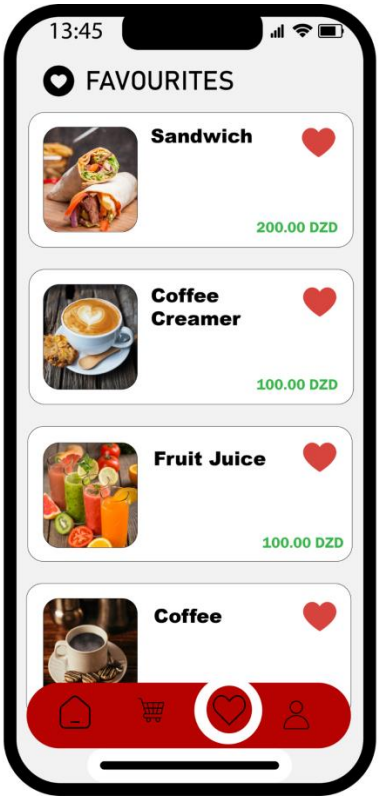
الشكل 38 : الوجهة الاولى



الشكل 39 : الواجهة الثانية

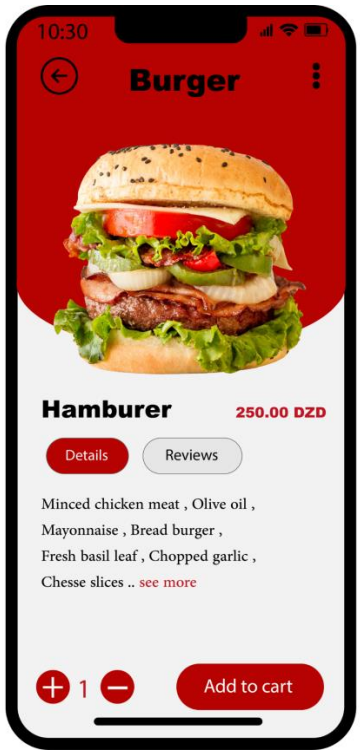


الشكل 41 : الواجهة الرابع

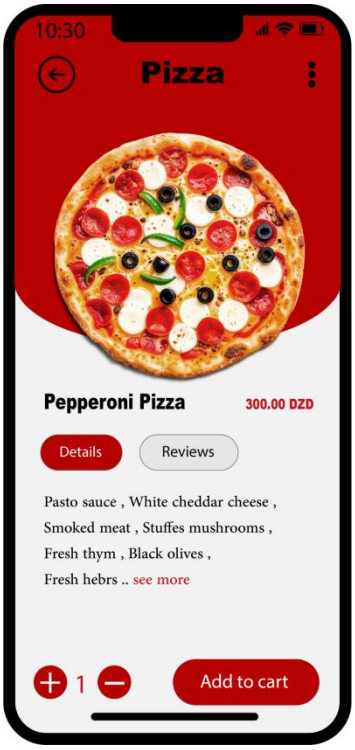


الشكل 40 : الواجهة الثالثة

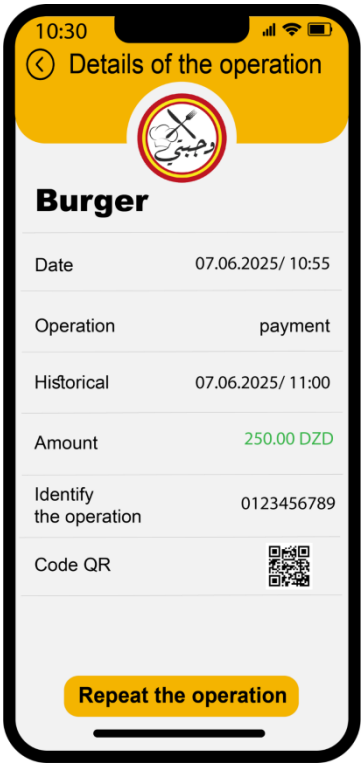
هنا وضعت التصور الواقعي عند عملية الدفع و الشراء .



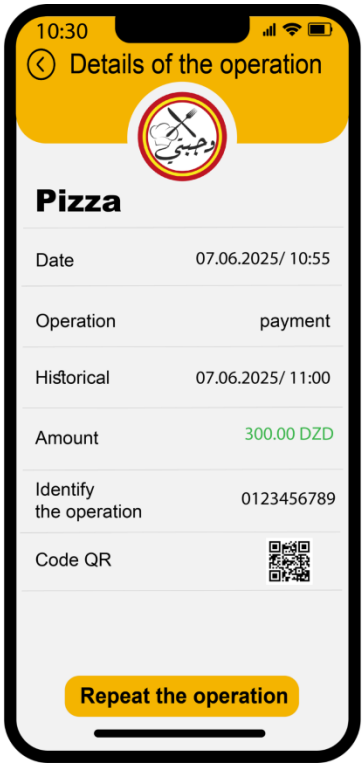
الشكل 42 : الواجهة الاولى



الشكل 43 : الواجهة الاولى

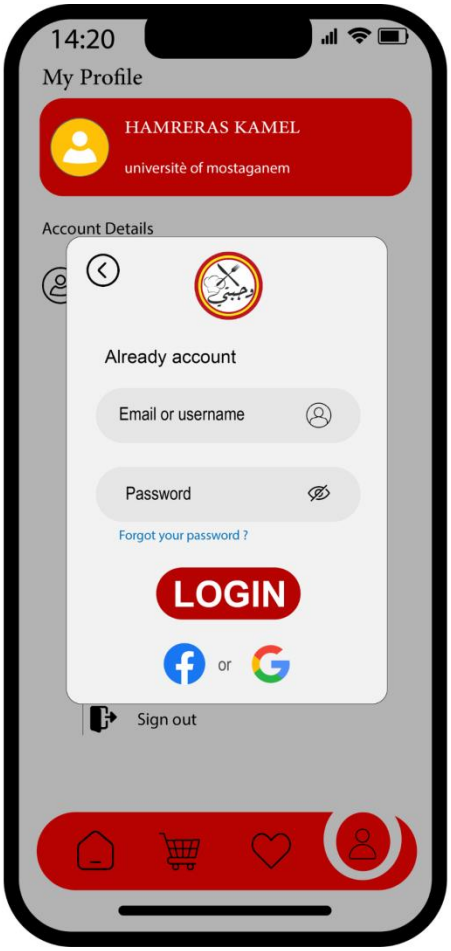


الشكل 44 : الواجهة الثانية

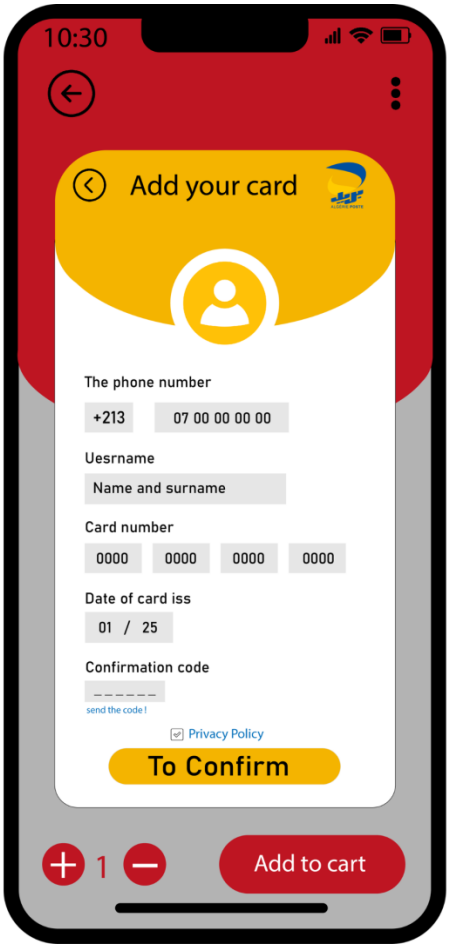


الشكل 45 : الواجهة الثانية

هنا وضعت التصور الواقعي لي انشاء حساب الشخصي و حساب الدفع .



الشكل 46 : انشاء حساب



الشكل 47 : انشاء حساب الدفع

الخاتمة :

نهايتا وختاما تطرقت في هذا العمل الى تطور في مسيرة التصميم الجرافيكي من حيث الاداء ،والفعالية حيث قمت بتكثف مجمل الدراسات و القواعد التصميمية ، من اجل انشاء هوية بصرية لمطعم "وجبتي" في الوسط الجامعي ، مراعيا لكل من الحس الجمالي و الدقة التقنية ، من اجل ضمان ردود تسويقية ايجابية .

وقد توصلت الى نتائج مرضية ، تمثلت في :

خلق هوية بصرية متناسقة : تمثلت في انشاء شعار لمطعم بألوان مستوحاة من الواقع ، وجميع عناصر المطعم ايضا ، ما جعل منها متناسقة بينها وتبرز طابعا جماليا .

تعزيز التواصل البصري : نسقية التصميم بالأشكال و الرموز البسيطة يجعل من الجمهور مرتاحا وهذا ما يعزز الولاء اتجاه العلامة التجارية .

خلق تجربة متكاملة : بداية من دراسة سلوكيات الجمهور و احتياجاتهم و ما يجذب اهتمامهم انشأت الملصقات الاشهارية و التطبيق الالكتروني الخاص بالمطعم تحقق تجربة فريدة و متكاملة .

إضافة قيمة للمنتج : باستعمال التطبيق الالكتروني يسهل و يحفز على استعماله واستلام الطلب من المطعم بطريقة سهلة وسريعة له دور في تحفيز على الشراء من المطعم .

ومن هذا المنطلق الى هذه النتائج :

تبين أن كل قرار بصري له أثر مباشر على تفاعل المستخدم وتقييمه للخدمة، وهو ما يؤكد ضرورة اعتماد التصميم على معايير علمية مدروسة ، تجمع بين الذوق والفعالية. ، وبهذا اثق انا هذه الهوية البصرية لمطعم "وجبتي" ستحقق مرودا تسويقيا وانجازا عظيما داخل الوسط الجامعي .

قائمة المراجع :

الكتب :

- اسس التصميم الجرافيكي ، د أحمد جمال احمد عيد ، جامعة الاقصر ، دار محسن للطباعة ، 2014 .
- اساسيات تصميم الرسومات ، محمد زاهر شلار ، اكاديمية الحاسوب .
- فن الترويج، محمد المقطري ، اليمن مدينة تعز ، مكتبة نور الرقمية، 2024 .
- عماد صالح , إدارة العلامة التجارية والاسم التجاري, 10 يوليو 2021 .

المذكرات الجامعية :

- مذكرة محمد زاير , تصميم هوية بصرية لمنتجات غذائية تقليدية " تمريات لينة " , مذكرة ماستر, كلية الأدب العربي و الفنون , جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم 2023 .
- مذكرة بلفكرات ايهاب اسلام , تصميم موقع الكتروني لمؤسسة التعليب و التغليف "غلفني" , مذكرة ماستر, كلية الأدب العربي و الفنون , جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم 2024 .

المواقع الالكترونية :

- موقع https://digitsmark.com/ar/blogs/visual-identity . الهوية البصرية . اخر اطلاع 10/04/2025 .
- موقع قطوف .https://qtoof.academy/digital-design / اخر اطلاع 09/04/2025 .
- موقع https://www.ufukcorp.com/post/visual_identity اخر اطلاع 11/04/2025 .
- موقع https://www.companiespalace.com/restaurant-identity-design/ اخر اطلاع 11/04/2525 .
- موقع النور اون لاين https://www.elnooronline.net/ اخر اطلاع 12/04/2025 .
- وقع https://taker.io/ar/blog اخر اطلاع 12/04/2025 .
- موقع https://pngtree.com/ اخر اطلاع على الموقع يوم 01/05/2025 .
- موقع abobe, تصميم سمات لون فريدة واكتشافها | Adobe Color , اخر اطلاع على الموقع يوم 01/05/2025 .
- الصور مأخوذة من موقع https://pngtree.com/ اخر اطلاع يوم 09/06/2025 .
- موقع https://mockey.ai/mockups/ اخراطلاع في يوم 05/05/2025 .
- موقع https://ar.wikipedia.org/wiki/arial اخر اطلاع في يوم 06/05/2025 .