

التطبيق العملي للمحاضرة السابعة: سيكولوجية الإعلان الرقمي

عزيزي الطالب/ عزيزتي الطالبة،

يهدف هذا التكليف إلى تطوير مهاراتك في التفكير الإبداعي وقدرتك على تطبيق المبادئ النفسية في تصميم إعلانات رقمية قادرة على التأثير والإقناع، من خلال فهم كيفية اختيار العناصر البصرية والنصية التي تحفز الجمهور وتزيد من تقبلهم للإعلان.

اختر أحد الخيارين التاليين فقط للتطبيق: (علماً بأن التكليف اختياري)

الخيار الأول: تصميم إعلان مؤثر

قم بتصميم إعلان رقمي لمنتج (حقيقي أو خيالي) أو خدمة للنشر في منصة استجرام، مع الاعتماد بشكل واضح على تطبيق واحد أو أكثر من الأساليب السيكلوجية التي درستها.

✓ **التسليم النهائي:** يتم تسليم العمل في ملف واحد بصيغة PDF، يحتوي على:

1. إدراج الإعلان في ملف pdf.
2. اللغة المستخدمة داخل الإعلان: العربية الفصحى.
3. أكتب فقرة قصيرة توضح: ما الأسلوب السيكلوجي المستخدم في الإعلان؟ ولماذا تم استخدامه؟

الخيار الثاني: تحليل إعلان رقمي سيكولوجياً

- قم باختيار إعلان رقمي لعلامة تجارية معروفة، واكتب تقريراً تحليلياً يتناول العناصر السيكلوجية التالية:
1. تحليل العناصر البصرية (الصور والألوان): كيف ساهمت جودة الصورة ونوعية الألوان المستخدمة في إثارة مشاعر معينة لدى المستهلك؟ (مثلاً: استخدام اللون الأزرق لتعزيز الثقة، أو الأحمر للتحفيز).
 2. العناصر التيبوغرافية: قيم نوع الخط المستخدم وحجمه.
 3. أسلوب الصياغة: (Copywriting) حل النص الإعلان؛ هل اعتمد على أسلوب "العاطفة" أم "المنطق"؟ وهل احتوى على عبارة التحفيز أو الإجراء (CTA)؟
 4. مبدأ الاستجابة: في رأيك، ما الدافع النفسي الذي يحاول الإعلان تحريكه؟ (الحاجة للأمان، التميز، التفوق، أو الانتماء).

✓ **التسليم النهائي:**

يتم تسليم العمل في ملف واحد بصيغة PDF، يحتوي على:

1. صورة الإعلان المختار.
2. التقرير التحليلي.