

جامعة دمشق
كلية الهندسة المعمارية

دراسة لنيل شهادة البكالوريوس في كلية الهندسة المعمارية

مركز خدمات إعلانية



إشراف: أ.د: أنور غيث - أ.د: أديب أومري

تقديم: منار الحلبي

جامعة دمشق
كلية الهندسة المعمارية

دراسة لنيل شهادة البكالوريوس في كلية الهندسة المعمارية

مركز خدمات إعلانية

إشراف: أ.د. أنور غيث - أ.د. أديب أومري

تقديم: منار الحلبي

الإعلان

في عصر العولمة تشكل مسألة البحث عن الذات والهوية إحدى أهم تحديات العصر التي تواجه الإنسان العربي في الوقت الحاضر. وهنا تبرز أهمية الإعلان كشكل من أشكال المواجهة لما له أثر كبير في التأثير على العقل والسيطرة عليه فهو سلاح فعال يمتد تأثيره بدءاً من الجوانب السياسية والاقتصادية وحتى الثقافية والفكرية منها.

- لقد وعى العرب أهمية الإعلان كوسيلة تغير وسيطرة فاجتاح بلادنا بشكل مخيف وبأنماط استهلاكية لم تألفها بينتنا العربية وصولاً إلى السيطرة الفكرية فكان لابد لنا من إيجاد بديل حضاري أكثر قرباً والتصاقاً بمجتمعاتنا كتأسيس منشآت وطنية عربية تعنى بهذا المضمار من الاتصالات السمعية والبصرية مستفيدة من أحداث تقنيات العصر موظفة أفضل طاقاتها الفنية والإبداعية في خدمة الوطن فتكون بذلك واجهة إعلانية ذات بعد حضاري تقدمي.

- الإعلان: هو فن التعريف: إذ يعاون المنتج على تعريف المستهلك بسلعه أو

خدماته كما يعاون المستهلك على التعرف على احتياجاته وكيفية إرضائها. إن مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية والمسموعة على الجمهور هي بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو تقبل أفكار أو أشخاص أو منشآت معن عنها.

- إن للإعلان وظيفتين واضحتين:

حث المستهلك على اقتناء السلع أو الترويج للخدمات .
تهيئة المستهلك لتقبل السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الأشخاص.

تطور الإعلان

حتى ظهور المبيعات بالجملة والوفرة في القرن التاسع عشر لعب الإعلان دوراً ثانوياً في تنظيم الأعمال التجارية ، وفي أيام الإغريق والرومان الأولى كانت اللافتات توضع فوق أبواب المحال والمؤسسات ، وينادي المنادون في المدن بأن التجار لديهم أشياء و سلع معينة للبيع وكانت هذه مجرد وسائل لجذب العملاء و بالمقارنة مع الإعلان الحديث ووسائل البيع وعرض السلع و باختراع الطباعة استخدمت الإعلانات المكتوبة باليد ثم اللافتات ثم الصحف اليومية لزيادة الكميات وذلك بالإعلان عن المنتجات و بازدهار التجارة ظهرت الإعلانات بنسب ضخمة وما أن زاد توزيع الصحف والمجلات وتحققت وسائل فنية جديدة متقدمة في بداية القرن العشرين طور الإعلان شعارات جديدة وظهر محررون وفنانون أكاديميين وتحسنت وسائل تحليل المنتجات وطريق الإعلان والأسواق.

-إن ازدهار الاقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية جاء بنمو سريع في جميع مجالات الإعلان وظهر التلفزيون كوسيلة تنمية على جانب من الأهمية ليؤثر على الإعلان في القرن العشرين ويعمل على توسيع دائرة الوكالات فأعلن أصحاب من ذوي دور الإعلان عن كثير من منتجاتهم .

ومع دخول عصر المعلومات ظهر الكمبيوتر ليعاون رجال الإدارة والإعلان والتسويق لكي يفهموا عالم الإنتاج المتأثر الجديد وقطاعاته والتوزيع الأوتوماتيكي والتغيرات التي تطرأ على التعداد وضغط الأرباح

- وقد أنشأت الوكالات والشبكات أهلية للكمبيوتر مستخدمة إرسال المعلومات بسرعة عالية عن طريق خطوط تلفزيونية وغيرها من وسائل الاتصالات ، واستخدم الكمبيوتر ليحلل الاستطلاعات الخاصة بالمستهلكين وليساعد في التكهّن بفاعلية

خطة إعلامية واحدة بالنسبة للأخرى لتحديد تكاليف البرنامج التلفزيوني بالنسبة لأهداف العميل وبطرق أخرى متعددة .

دور الإعلان ووظائفه

يلعب الإعلان دوراً فريداً ورئيسياً في (النظام الاقتصادي الوطني)، وبجانب هيئات اتصالات التسويق الأخرى يساعد على بيع الأفكار والسلع والخدمات وكجزء من البيئة الكبيرة التي نعيش فيها ويؤثر على أساليب حياتنا فهو بذلك يلعب (دوراً اجتماعياً هائلاً) .

- لقد أصبح الإعلان يخدم احتياجات المجتمع الإعلامية بما في ذلك الحاجة إلى ما هو أكثر من السلع والخدمات فهو (أداة اتصال تؤثر على التصرفات) تجاه المنتجات والشركات وأساليب الحياة والمشاكل العامة، كما يساعد على تحديد الأساليب الحديثة والآمال المنشودة.

لقد تجاهل الاقتصاديون لعدة قرون دور الإعلان ونفوذه على الاقتصاد
أما اليوم فإن كثيرين منهم يتفقون على أربع نقاط نوجزها بمايلي :

- أولاً:

بسبب الإعلان فإن الإنتاج القومي الإجمالي للدولة أكبر ومستوى المعيشة أعلى، فالإعلان يوجد الوظائف ويمدنا بمجموعة متنوعة من المنتجات حيث تتنوع أنواع السلع على مرور الوقت وذلك بسبب الإعلان .

- ثانياً:

الإعلان يلعب دوراً رئيسياً في اطلاع المستهلك وبذلك يضع أمامه اختيارات ذكية في ساحة السوق ويعاون الإعلان عملية المنافسة أيضاً .

- ثالثاً:

تكاليف إنتاج الشركة تصبح منخفضة لأن الإعلان يزيد من الطلب على إنتاج الشركة المعلنة .

- رابعاً:

بسبب الإعلان فإن الشركات الجديدة يمكنها دخول السوق بسهولة فهو يعاونها لكي تقف أمام عمالقة الشركات الأخرى وتأخذ لنفسها مكاناً في ساحة السوق ، وعلى ذلك فإن الإعلان مرة أخرى مؤيد للمنافسة ومن وجهة نظر الوظائف التسويقية للإعلان : يمكن أن نقسمه إلى خمسة أنواع . لكل منها مهمته التي تعتمد على موقف السلعة أو الخدمة أو الفكرة المراد الإعلان عنها .

أنواع الإعلان

١ - الإعلان التعليمي :

وهو الذي يتعلق بتسويق السلع الجديدة التي لم يسبق لها وجود في السوق من قبل أو السلع القديمة المعروفة التي ظهرت لها استعمالات واستخدامات جديدة لم تكن معروفة للمستهلكين ووظيفة هذا النوع من الإعلان أن يعلم الجمهور خصائص السلع الجديدة أو ما يجهله من الخصائص الجديدة للسلعة المعروفة .

٢ - الإعلان الإرشادي والإخباري :

ويتعلق بالسلع أو الخدمات أو الأفكار أو المؤسسات المعروفة لدى الجمهور والتي لا يعرف الناس حقائق كافية عنها، أو لا يعرفون كيفية إشباعها بطريقة اقتصادية، أو لا يعرفون كيف ومتى ومن أين يحصلون عليها وتتخلص وظيفة هذا النوع من الإعلان في إخبار الجمهور بالمعلومات التي تيسر له الحصول على الشيء المعطن عنه بأقل جهد وفي أقصر وقت وبأقل نفقات وفي إرشاد الجمهور إلى كيفية إشباع حاجاته .

٣- الإعلان التذكيري :

وهو الإعلان الذي ينشر أو يذاع متعلقاً بسلعة أو خدمة أو أفكار معروفة طبيعتها ومعلومة خصائصها للجمهور والتغلب على عادة النسيان الأصلية لدى البشر .

٤- الإعلان الإعلامي :

وهو الذي يعمل على تقوية صناعة ما أو نوع معين من السلع أو الخدمات أو المنشآت وذلك بتقديم بيانات إلى بالجمهور يؤدي نشرها أو إذاعتها بين أفرادها إلى تقوية الصلة بينهم وبين المنتج أو تكوين عقدية معينة لدى الجمهور أو تصحيح فكرة خاطئة نبتت عنده، مما يعمل على بعث الثقة أو تقويتها فيما يتعلق بالنوع المعين من السلع أو الخدمات أو الأفكار .

٥- الإعلان التنافسي :

ويتعلق بالسلع أو الخدمات ذات المركز الوطيد في السوق والتي تكون قد ظهرت فيها منتجات أخرى منافسة أو بالسلع أو الخدمات الجديدة التي تنافس سلعاً أو خدمات معروفة وتعمل على إحلال نفسها محل الأولى

- موقع المشروع:

تم اختيار موقع المشروع على اتسترداد المزة بداية شارع ١٧ نيسان وذلك: إحياء للمنطقة من الناحية الثقافية

لالتقاء اتجاهات سير مختلفة

- مساحة الأرض (٢م١٨٠٠٠)

- فكرة المشروع:

كان شكل البناء منطلقاً من شكل الأرض والموقع العام فكان القسم المجاور للشارع الرئيسي امتداداً لشكل النسيج العمراني المحاذي له والقسم الثاني تماشياً مع النسيج العمراني غير المجاور للشارع الرئيسي.

- هدف المشروع:

-إيجاد مؤسسة إعلانية تختص بوظيفة التصميم الإعلاني وتتولى مهمة تسيير الخدمات الإعلانية حسب مجالاتها المتنوعة.
-دعم الإعلام الوطني.



- وظيفة المركز:

- تصميم وتصوير الدعاية والإعلان بكافة المجالات.

- الإصدار الدوري لمجلة تهتم بناحيتين:

- تغطية كافة الأحداث والأخبار والأنشطة الثقافية.

- الإعلان لجميع منتجات البلد في كافة المجالات.

- دعم الإعلام الوطني.

- برنامج المشروع:

يمكن تبويب المشروع وفقا لوظيفة المركز في الأقسام التالية:

- قسم الدراسة والعمل (المكاتب الإعلانية)

- قسم العرض

- القسم الثقافي الإعلاني (التعليمي)

- المجلة

- القسم الإداري

مركز خدمات إعلانية

أقسام المركز: يتألف المركز من الأقسام التالية :

- ١- قسم الجمهور
- ٢- القسم الثقافي الإعلاني
- ٣- قسم العمل الإعلاني(المكاتب الإعلانية)
- ٤- المجلة
- ٥- القسم الإداري
- ٦- قسم الخدمات العامة(القسم التقني)
- ١- **قسم الجمهور:** ويتألف من:

- ١- **بهو رئيسي** لمدخلين رئيسي وثنائي بمساحة (٢م٥٠٠)ويضم:
 - أركان استعلامات.
 - كونتوارات متنوعة لخدمات الجمهور والمعلنين.
 - كونتوارات توزيع بروشورات إعلانية
 - أركان جلوس وانتظار
 - عناصر الانتقال الشاقولية
- ٢- **صالات العرض**

: ويتألف من:

- صالة عرض دائمة خاصة بمنتجات المركز (٢م٤٠٠)
- صالة عرض مؤقتة للإيجار والاستثمار (٢م٧٠٠)

٣- مدرج محاضرات: (٢٤٠٠ م)

- مع الخدمات اللازمة

٢- القسم الثقافي الإعلاني:

وهو قسم تدريبي تعليمي تنقيفي (ندوات-محاضرات-نشاطات-دراسات) ويتألف من:

١- قاعات تدريس عدد (٢) بمساحة (٢٠٢٠ م) لكل منها

٢- صالة تصوير (٢٠٢٠ م)

٣- صالة عرض سلايدات وفيديو (٢٠٢٠ م)

٤- صالة انترنت (٢٠٢٠ م)

- مع الخدمات اللازمة لهذا القسم

* (ولهذين القسمين كافتريا بمساحة (٢٠٦٠ م))

٣- قسم الدراسة والعمل (المكاتب الإعلانية):

وهو عبارة عن شركات متنوعة تختص كل منها بوظيفة معينة ويضم المجالات التالية:

١- قسم التصميم والكمبيوتر: ويتألف من:

١- قسم تصميم المجالات

٢- قسم تصميم صفحات انترنت

٣- قسم تصميم الإعلانات المعمارية

١- قسم تصميم المجالات: ويتألف من:

- قسم استقبال الطلبات (٢٤٠ م)

- استراحة موظفين (٢٥٠ م)

- تنفيذ إعلاني (٢م١٢٠)
- تصميم إعلاني (٢م٨٠)
- مدير (٢م٤٠) - سكرتاريا (٢م٢٠) - أرشيف (٢م٤٠)
- الخدمات اللازمة

٢ - قسم تصميم صفحات انترنت: ويتألف من:

- قسم استقبال الطلبات (٢م٤٠)
- استراحة موظفين (٢م٥٠)
- موظفين (٢م٥٠)
- تنفيذ إعلاني (٢م٨٠)
- تصميم إعلاني (٢م٨٠)
- مدير (٢م٤٠) - سكرتاريا (٢م٢٠) - أرشيف (٢م٤٠)
- الخدمات اللازمة

٣ - قسم تصميم الإعلانات المعمارية: ويتألف من:

- قسم استقبال الطلبات (٢م٤٠)
- استراحة موظفين (٢م٥٠)
- موظفين (٢م٥٠)
- تنفيذ إعلاني (٢م٨٠)
- تصميم إعلاني (٢م٨٠)
- مع المراسم اللازمة
- مدير (٢م٤٠) - سكرتاريا (٢م٢٠) - اجتماعات (٢م٤٠)
- الخدمات اللازمة

٤ - المكاتب الاستثمارية: وهي مكاتب إعلانية استثمارية تعود لصالح المركز

و تتوزع من حيث الوظيفة إلى:

- مكاتب الدعاية والإعلان

- مكاتب التصميم

وهي مستثمرة من قبل وكالات إعلان مختلفة وشركات معلنة داخلياً وخارجياً بمساحات متنوعة (٤٠-٥٠-٦٠ م^٢) لكل مكتب.

٢ - القسم الفني:

ويشمل:

- الإنتاج الدعائي

- الإنتاج الفني

١ - قسم الإنتاج الدعائي: ويضم:

قسم الإنتاج الإعلامي التلفزيوني (٢م٨٠)

قسم الإنتاج الإعلامي السينمائي (٢م٨٠)

قسم الإنتاج الإعلامي الإذاعي (٢م٦٠)

قسم الإنتاج الإعلامي للإعلانات المقروءة)

(٢م٨٠)

- استقبال الطلبات (٢م٤٠) -استراحة موظفين (٢م٦٠) -الخدمات

اللازمة

٢ - قسم الإنتاج الفني: (الاستوديوهات) ويضم:

-استوديو التصوير (٢م١٠٠)

-استوديو التسجيل (٢م١٠٠)

-استوديو المونتاج (٢م١٠٠)

ويلحق بهذه الاستوديوهات: غرف : -الماكياج (٢م٥٠)

-المكساج (٢م٥٠)

-الممثلين (٢م٥٠)

- موظف (٢م٤٠)

- استقبال الطلبات (٢م٤٠) -استراحة (٢م٦٠) -الخدمات اللازمة

٣- قسم الورشات:

ويتألف من: ١-ورشة ديكور (٢م٨٠)

٢-ورشة نحت (٢م٨٠)

٣-ورشة تنجيد (٢م٨٠)

٤-ورشة نجارة (٢م٨٠)

-استراحة عمال (٢م٧٠)

-الخدمات اللازمة

٤ - قسم الطباعة :

ويتألف من : ١-إدارة المطبعة: مدير (٢م٤٠) سكرتاريا (٢م٢٠)

- محاسبة (٢م٤٠) -أرشيف (٢م٤٠)

٢- موظفين : (٢م٥٠)

٣- فراغ الطباعة (٢م٨٠)

٤- القص والتجليد (٢م٨٠)

٥- استراحة عمال (٢م٦٠)

- الخدمات اللازمة

٤- المجلة :

_ وتتألف من : -إدارة المجلة : - رئيس تحرير (٢٤٠) - سكرتاريا (٢٢٠)

- اجتماعات (٢٤٠) - أرشيف (٢٤٠) - موظفين (٢٥٠)

- محررين

- كتاب

- رسامين

- مهندسي إعلان وكمبيوتر

- (٢٥٠) لكل منها

-استقبال طلبات (٢٤٠) - استراحة موظفين (٢٦٠)

- خدمات لازمة

٥- القسم الإداري للمركز :

_ ويتألف من : - مدير (٢٤٠) - سكرتاريا (٢٢٠) - اجتماعات (٢٤٠)

- محاسبة (٢٣٠) - ديوان (٢٥٠)

- ذاتية (٢٣٠) - أرشيف (٢٣٠)

*ولهذه الأقسام كافتريا بمساحة (٢١٦٠) ()

٦ قسم الخدمات العامة : (القسم التقني)

:ويتألف من :

- مستودعات
- تدفئة وتكييف (٢م١٠٠)
- خزانات مياه (٢م١٠٠)
- مولدات احتياطية (٢م٧٠)
- غرفة فنيين (٢م٥٠)
- مواقف سيارات اللازمة