

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان

د. نهلة علي

أستاذ مساعد بالمعهد العالي للفنون التطبيقية

السادس من أكتوبر- مصر

aly.nahla@gmail.com

المستخلص:

أصبحت التقنيات الحديثة في تقدم مستمر عاماً بعد عام، والأشياء التي كانت تعتبر مستحيلة قبل عشر سنوات أصبحت على أرض الواقع اليوم. ويعد الذكاء الاصطناعي هو تقنية المستقبل على مدار الأعوام المقبلة، وإحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، حيث شملت تطبيقاته جميع النواحي التعليمية والعلمية والطبية والصناعية، وتساهم التطبيقات في كافة المجالات. وتكمن أهمية البحث في ضرورة إضافة مقترحات لمقررات تدريسية لمعرفة أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها لتصميم الإعلانات، من خلال الدراسة التطبيقية مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان، لتعزيز مستواهم الأكاديمي بشكل مبتكرومبدع، من خلال دراسته للتجارب النظرية وتطبيقاته المتعددة لتقنيات تساعده في زيادة الوعي الفني البصري. وكذلك القيام بعمل تجارب تطبيقية عديدة لإخراج تصميم لإعلان تفاعلي متناسق باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي، وبه ائزان بصري، والتركيز على العناصر التصميمية المتعددة، مثل الأشكال والألوان لأهميتها في تطبيق الإعلانات بكليات الفنون، وبالأخص قسم الجرافيك وفنون الإعلان. وأن الطالب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان يمر بتجارب عديدة تطبيقية، وتقنيات الذكاء الاصطناعي لإخراج تصميمات إعلانية تفاعلية مميزة، بها عناصر تصميمية مبدعة مبتكرة. وفهم جميع الأدوات التي تؤهل الطالب نفسياً وعلمياً في عملية الإبداع في مجال الجرافيك وفنون الاعلان. وتمثل تساؤلات ومشكلة البحث في عدم وجود مقترحات بحثية وقلة الدراسات العملية

التي تزيد وتقوي قدرة مفاهيم الطلاب لعناصر التصميم، بحيث تظهره بشكل جاذب وهادف. وكذلك ضعف المعرفة بالتطبيقات الحديثة السريعة للذكاء الاصطناعي، التي تخدم طلاب الجرافيك وفنون الإعلان، لتصمم الإعلان التفاعلي بتطبيقاته وتقنياته، لإخراج تصميم متكامل العناصر. والتأكيد على الدور الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس بينهم وبين الطلاب في عملية البحث عن كل ما هو جديد ومتطور، لإمداد الطلاب بتغذية بصرية وفنية تطبيقية في تصميم الإعلان. وهي من أهم نتائج البحث.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي؛ التصميم؛ الإعلان الرقمي التفاعلي.

مقدمة:

منذ نشأة الحياة وظهور العلاقات الإنسانية والاجتماعية، نرى تطوراً سريعاً ومستمراً يظهر قدرة الانسان على عمليات الابداع والابتكار للأفكار الجديدة لمواكبة التطور السريع للتكنولوجيا. ومن أهم التطورات في العصر الحديث (الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence- AI). وهو تكنولوجيا متقدمة تهدف إلى تمكين الأجهزة والنظم من التفكير والتعلم واتخاذ القرارات بشكل مشابه للبشر. ويستخدم الذكاء الصناعي في العديد من المجالات، بما في ذلك تصميم الإعلانات التفاعلية. فمنذ فجر التاريخ والمجتمعات البشرية في تطور مستمر يعكس مدى قدرة العقل البشري العلمي على إبداع الأفكار وابتكار الحلول المناسبة لمواكبة مراحل التطور في مختلف وجوه الحياة الاجتماعية والاقتصادية والعلمية. (الكوار، 2023)

ويستكشف في هذا البحث تطبيقات الذكاء الصناعي في تصميم الإعلانات التفاعلية..

كما نرى أن التقدم التكنولوجي في القرن العشرين أحدث عدة تطورات واختراع أجهزة الكمبيوتر الذي يقوم بعدة مهام معقدة والألعاب، لكن الذكاء البشري ذكاء فريد من نوعه والله- سبحانه وتعالى- كرم الإنسان به، وخلال هذه الفترة يظهر الذكاء الاصطناعي الذي يخدم مجالات عديدة من خلال إدخال بعض الخوارزميات مما يجعله يستجيب للأوامر ولكن ليس بنفس درجة الإنسان، وكل هذا مجرد نظريات لان لا يوجد جهاز أو آلة أي إن كان يستطيع القيام بالمهام المختلفة خاصة المعقدة منها كما يفعل العقل البشري (أبوبكر، 2019). وقد انتشرت فكرة الذكاء الاصطناعي في كافة المجالات لأن الغرض الأساسي منها هو مساعدة القدرات البشرية ومع ظهور الذكاء الاصطناعي، نجد أن الإبداع الإعلاني ليس له حدود. كما يمكن له تصميم إعلانات ولافئات محسنة بشكل في بناء على بيانات المستهلك. تمكن أتمتة تصميم الإعلانات به للمصممين من تصميم إعلانات بتقنيات مختلفة من أدواته. وتستخدم أدوات الأتمتة الإبداعية في انسجام تام لتصميم إعلانات قوية وملهمة. كما نجد بعض أدواته جيدة في كتابة العناوين والأوصاف. بعضها جيد في استهداف الإعلانات والتخصيص. بينما يمكن للأدوات الأخرى تصميم وإنشاء صور واقعية. وهو يعمل على تطوير عدة مجالات، بما في ذلك الفن والإعلان. وباستخدامه، كما يمكن للمصممين تصميم إعلانات أكثر استهدافاً وفعالية تقدم تجارب مخصصة لكل مشاهد، ونرى كيف تستخدم AdCreative. ai، وهي أداة إعلانية رائدة مدعومة

الذكاء الاصطناعي، لإحداث ثورة في الإعلانات وإنشاء إعلانات أكثر جاذبية وإقناع. (سهلي، 2022).

وتتطور التكنولوجيا الحديثة بشكل سريع جدا حيث أصبحت التقنيات الحديثة في تقدم مستمر عاما بعد عام، والأشياء التي كانت تعتبر مستحيلة قبل عشر سنوات أصبحت على أرض الواقع اليوم. كما يعد الذكاء الاصطناعي تقنية المستقبل على مدار الأعوام المقبلة، وإحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي حيث شملت تطبيقاته جميع النواحي التعليمية والعلمية والطبية والصناعية وتساهم التطبيقات في كافة المجالات كما. شهد الدور الوظيفي للتصميم الإعلانات جاذبية كبيرة في مجال صناعة الإعلانات بالذات ومع ظهور تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي AI والواقع الافتراضي VR والواقع المعزز AR، حيث أصبح المجال أوسع وأفضل (حمدي، 2022)، ويوجد الكثير من التطبيقات الحديثة تساند بدورها المصمم بشكل عام وتسهل من مهمة المصمم الاعلاني بشكل خاص ويعد نظام حاسوب قادر على أداء مهام ويمثل الإدراك البصري والتعرف على الصوت تتطلب عقلا بشريا والقدرة على اتخاذ القرار والتنقل بين اللغات وفهمها بسلاسة. ويمتلك القدرة على أداء ما سبق بالاستفادة من كمية هائلة من البيانات، وهذا هو الجزء المثير فيه وفي تطبيقاته في التصميم الاعلاني الرقمي التفاعلي ولقد أحدث الذكاء الاصطناعي تحولا كبيرا في طريقة البحث والاسترجاع لدي المصممون والفنانون في مجال الفن والتصميم الرقمي. فقد ساعدت أدوات الذكاء الاصطناعي علي تحسين نتائج البحث التي تعمل بالذكاء الاصطناعي تحليل بيانات المستفيد الذي يبحث مصادر معلومات معينة (الحلي، 2023).

أسئلة البحث:

1. ما تطبيقات وتقنيات أدوات الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها مع طلاب الجرافيك وفنون الإعلان لتصميم الإعلان التفاعلي؟
2. كيف يمكن الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتصميم الإعلان التفاعلي مع طلاب الجرافيك وفنون الإعلان ضمن تطوير مقرر دراسي الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان؟

مشكلة البحث

وتتلخص مشكلة البحث في الآتي:

1. عدم وجود مقترحات بحثية وقلّة الدراسات العملية التي تزيد وتقوي قدرة مفاهيم الطلاب لعناصر التصميم تظهره بشكل جاذب وهادف
2. قلّة معرفة التطبيقات الحديثة السريعة للذكاء الاصطناعي التي تخدم طلاب الجرافيك وفنون الإعلان لتصميم الإعلان التفاعلي بتطبيقاته وتقنياته لإخراج تصميم متكامل العناصر.
3. التأكيد على أعضاء هيئة التدريس في دورة الأكاديمي بينه وبين الطلاب في عملية البحث عن كل ما هو جديد ومتطور لإمداد الطلاب بتغذية بصرية وفنية تطبيقية في تصميم الإعلان.

أهمية البحث

- تكمن أهمية البحث في ضرورة إضافة مقترحات لمقررات تدريسية لمعرفة أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها لتصميم الإعلانات من خلال الدراسة التطبيقية مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان لتعزيز مستواهم الأكاديمي بشكل مبتكر ومبدع من خلال دراسته للتجارب النظرية وتطبيقاته المتعددة لتقنيات تساعده في زيادة الوعي الفني البصري.
- القيام بعمل تجارب تطبيقية وتجاب عديدة لإخراج تصميم لإعلان تفاعلي باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي متناسق وبه ائزان بصري والتركيز على العناصر التصميمية المتعددة مثل الأشكال والالوان لأهميتها في تطبيق الإعلانات بكليات الفنون وبالأخص قسم الجرافيك وفنون الإعلان.
- الطالب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان يمر بتجار عديدة تطبيقية وتقنيات الذكاء الاصطناعي لإخراج تصميمات إعلانية تفاعلية. مميزة بها عناصر تصميمية مبدعة مبتكرة وفهم جميع الأدوات التي تأهل الطالب نفسيا وعلميا في عملية الإبداع في مجال الجرافيك وفنون الاعلان.

هدف البحث:

تطوير مخرجات مقرر تصميمي (تكنولوجيا الإعلان لثابت) بأحد الأكاديميات للتصميم بحيث يؤكد مدى مقدار الاستفادة من تقنية ال AI مع الطلاب وأعمالهم.

فرض البحث:

مدى أهمية تحقق الاستفادة للطلاب وللإعلان ومقدار استيعابه لفكرة الإعلان المطبقة بتقنية الذكاء الاصطناعي.

محال البحث:

تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد طلاب الجرافيك والإعلان في ابتكار تصميمات إعلانية تفاعلية تفيد الإعلان من خلال تطوير مقرر دراسي (تكنولوجيا الإعلان الثابت).

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي.
الحدود النوعية: طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان بأحد الأكاديميات للتصميم.

حدود زمانية: الفصل الدراسي الأول 2024/2023.

منهج البحث:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان لتطبيق إعلان تفاعلي بأدوات وتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي وقد تم تطبيقها من خلال تطوير المقرر الدراسي "تكنولوجيا الإعلان الثابت".

تطبيقات الذكاء الاصطناعي: من خلال التحديثات المتطورة للذكاء الاصطناعي يتم تحقيق عدة اهداف لنجاح تحليل البيانات في كثير من العلوم والمجالات وفي علم صنع الآلات التي تتلزم بنظام متطور في جميع الاوقات. وهو من انجح المجالات المتطورة تكنولوجيا وهو من أهم المجالات

كالخيال العلمي، وفي الوقت الحالي، لا يتم استخدامهما بأي طريقة عملية. وتقدم علوم الكمبيوتر في السنوات الخمسين الماضية.



شكل رقم (1) أنواع الذكاء الاصطناعي

تصميم الاعلان وأنوعه

الإعلان: عملية اتصال إقناعي، تهدف إلى نقل التأثير عبر رسالة إخبارية من معلن إلى مستهلك، بهدف إثارة دوافعه لشراء منتج، أو استعمال خدمة. والإعلان هو إحدى استراتيجيات التسويق،

والتي تعتمد على محاولة التأثير على فئة معينة من الناس، وذلك عن طريق التواصل مع تلك الفئة برسائل محددة تؤثر على سلوكهم من أجل إقناعهم باتخاذ قرار معين، مثل قرار شراء منتج جديد. إذا الإعلان هو أي وسيلة يتم التواصل بها مع أي شخص بهدف إقناعه بأمر معين، وذلك حتى يتخذ القرار الذي يريده صاحب الإعلان ليحقق عائداً أو ربحاً. والإعلان نفسه قد يحتوي على مرة أو أكثر من مرات التواصل.. (منصور، 2015)

أنواع الاعلان:

هناك أكثر من معيار يمكن أن تُصنَّف الإعلانات وفقاً له، وهي أنواع الإعلانات طبقاً للأسلوب الإعلاني أو الوسيلة الإعلانية المستخدمة في الإعلان، الإعلانات التقليدية والإعلانات الرقمي.

أولاً: اعلانات الوسائط التقليدية

الإعلانات التقليدية قادرة على الوصول إلى قطاع كبير . لكن الإعلانات الرقمية تمتلك الأدوات التي تجعلها أكثر قدرة على الوصول إلى أكبر قطاع ممكن من الجمهور المستهدف.

شكل رقم (2) اعلانات الوسائط التقليدية

ثانياً: أنواع الاعلانات التسويقية الرقمية

الإعلان الرقمي

هو نوع من الإعلانات التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال الرقمية مثل الإنترنت والشبكات الاجتماعية وتطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة الأخرى.

شكل رقم (3) تعريف الإعلان الرقمي

الإعلان الرقمي



شكل رقم (4) الجوانب الرئيسية للإعلان الرقمي شكل رقم (5) أنواع الإعلان الرقمي



شكل رقم (6) الإعلان التفاعلي

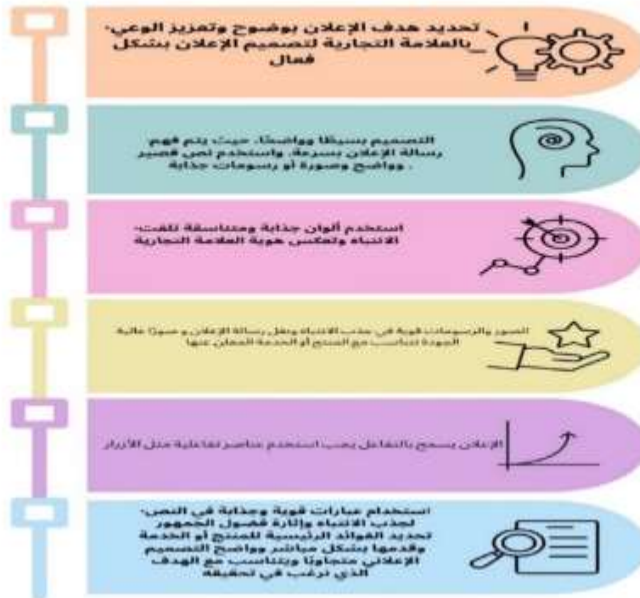
تطبيقات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً مهماً في تحسين تصميم الإعلان الرقمي وزيادة فاعليته. إليك بعض الطرق التي يمكن أن يستفيد منها المصممون في تصميم الإعلانات الرقمية باستخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي.



شكل رقم (7) خطوات تطبيق الذكاء الاصطناعي

ومن هنا نجد أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعد في تحسين تصميم الإعلان الرقمي من خلال تحليل البيانات، تقديم توصيات مخصصة وتصميم إعلانات مستهدفة، تحسين تجربة المستخدم، توفير أدوات تصميم إبداعية، وتحليل الأداء وتقديم إحصائيات مفصلة. باستخدام هذه التقنيات، يمكن للمصممين تحسين استراتيجياتهم وزيادة فاعلية إعلاناتهم الرقمية.

تصميم الإعلان الرقمي له دور إيجابي في تنمية القدرات الابتكارية لدى الطلاب والمصممين



شكل رقم (8) الدور الإيجابي لتنمية القدرات الابتكارية عند الطلاب

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)



شكل رقم (9) تطبيقات الذكاء الاصطناعي

وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لها العديد من الفوائد والاستخدامات في مجال تصميم الإعلانات. ونجد بعض الطرق التي يمكن أن يستفيد منها الطلاب بقسم الجرافيك وفنون الإعلان في تحسين التصميم باستخدام التكنولوجيا المتقدمة للذكاء الاصطناعي، وللإعلان التفاعلي العديد من العناصر والتقنيات المبتكرة التي تساعد في تحقيق التفاعل مع طلاب الجرافيك والإعلان.

كما نجد تقنيات الذكاء الاصطناعي تقوم بتحليل الصور والمحتوى المرئي لمساعدة المصممين في تحديد العناصر المهمة والجذابة في إعلاناتهم. يمكن للنماذج العميقة أن تتعرف على الأشكال والألوان والنصوص والعناصر البصرية الأخرى وتقتراح تصميمات أصلية وجذابة. و <https://www.annajah.net> للذكاء الاصطناعي يولد نصوصًا وشعاراتٍ إبداعية وفريدة من نوعها استنادًا إلى مواصفات محددة. يمكنه أيضًا توفير اقتراحات لتحسين النصوص الموجودة وتحسين تصميم الشعارات.

باستخدام هذه التطبيقات، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحسين تصميم الإعلانات وزيادة فعاليتها وتأثيرها على الجمهور.

المنهج التحريبي التحليلي:

من أهم الجهود التي يسعى لها عضو هيئة التدريس في المؤسسات التعليمية، هو تحقيق رؤيتها المتميزة أكاديميا ومحليا وإقليميا وعالميا، لكي تتمكن من تطوير برامجها الأكاديمية، وتمكين عضو هيئة التدريس من تطوير المقرر الدراسي، لتحقيق تطوير المنهج، وتحسين طرق العرض، للوصول إلى أفضل الطرق التدريسية للطلاب، من خلال التطبيقات الحديثة المتطورة في مجال الجرافيك وفنون الإعلان كالذكاء الاصطناعي وما يقدمه من إمكانيات. وذلك من خلال دراسة تحليلية لنماذج من التصميمات الإعلانية التفاعلية مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان باستخدام تطبيقات الذكاء لاصطناعي.

وكانت الخطوات المتبعة للمنهجية وتطبيق دراسة تجريبية مع طلاب الفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان بالمعهد العالي للفنون التطبيقية وتطوير مقرر تكنولوجيا الإعلان الثابت. معرفة أحدث تطبيقات الذكاء الاصطناعي وربطه بالمعارف الذهنية ويكون من أساليب للتعليم والتعلم التي تهدف إلى أن يكون الطالب على معرفة تامة بأحدث التقنيات في المجال.

وتم عرض وشرح معني وأسس ومفاهيم الذكاء الاصطناعي والإعلان الرقمي التفاعلي والتطبيقات الخاصة التي تفيد في تصميم إعلان رقمي تفاعلي مع طلبة الفرقة الثانية وكان عددهم 90 طالبا وطالبة مقسمين إلى مجموعتين (أ) و (ب) ثم تقسيمهم إلى فرق عمل تتكون كل فرقة من 5 طلاب لعمل تصميم إعلان عن الذكاء الاصطناعي بتطبيقات تعمل على تنفيذ التصميم باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

عدد المحاضرات طبقا للجدول الزمني المحدد عدد (12) أسبوع دراسي

تناولنا فيهم دراسة بحثية لكل مجموعة لجمع معني الإعلان وأهدافه وأهميته وأنواعه ثم معني الذكاء الاصطناعي وأنواعه ومدى الاستفادة منه لمصمم الاعلان. وشرح تصميم الإعلان وتكليف كل مجموعة لعمل ستوري بورد لفكرة الإعلان التفاعلي.

عرض ومناقشة الأساليب المبتكرة للإعلان وتكليف كل مجموعة بتوظيف الصور والفيديو التي قاموا بتصميمها لإعلان الذكاء الاصطناعي.

ووفقاً لتطبيق المهارات الذهنية يستطيع الطالب:

ابتكار أساليب ممكنة للإعلان ومعرفة كيفية توظيف الصور والتصميمات التي قاموا بتصميمها للإعلان الخاص للذكاء الاصطناعي.

كما أن المهارات المهنية والعملية تشمل أن:

- يجيد الطالب تصميم إعلان بفكرة مبتكرة ويوظفها في تصميم إعلان تفاعلي يحقق المهارات العامة يدير فيها الوقت بكفاءة.
- يطور قدرات الاتصال مع الآخرين
- يجيد العرض الفعال.
- يعمل تحت الضغط. التعلم الدائم المستمر. تطوير معارفه ومهاراته

وقد تم تطبيق أساليب التعليم والتعلم الفردي والبحث الذاتي المناقشات العامة والعصف الذهني العروض المرئية التعلم القائم على المشروعات حل المشكلات

تقويم الطلاب الامتحانات النظرية

تكليفات مشاريع تصميم عملية وبحوث نظرية التكاليف المختلفة من أبحاث ومناقشات. والتوقيت طبقاً للخطة الزمنية.

توزيع الدرجات

أولاً: درجة أعمال سنه كالتالي: درجات تفاعل درجات نصف الفصل الدراسي

درجات نهائي مشروع أول/ نهائي مشروع ثاني/ درجات متابعة

ثانياً: درجة للامتحان النهائي.

والمراجع والكتب المقترحة.

آليات متابعة وتنفيذ طرق التقييم لمطلوبات مادة تكنولوجيا اعلان ثابت الفرقة الثانية قسم

الجرافيك وفنون الإعلان

ادوات القياس:

استخدمت الباحثة أدوات القياس الآتية:

أولاً" الامتحان التحريري (منتصف نصف العام الدراسي): وهو امتحان يقيس ما لدى الطالب من معلومات سابقة ولتحديد التباين المعرفي بالنسبة للمجموعتين.

ثانياً:" تجربة لتصميم إعلان لأحد المنتجات أو اعلان عن الذكاء الاصطناعي بالأدوات التي تساعد الطالب في تصميم الإعلان ويقوم الطلبة بتقسيم أنفسهم إلى مجموعات من خمس طلاب وطالبات ويتم تقديم ثلاثة افكار لاختيار أفضلهم وتنفيذه في مدة زمنية اسبوعان وتسليمه من خلال عرض تقديمي .

ثالثاً:" تقديم ورقة بحثية من كل طالب تحتوي على الإعلان وأنواعه والذكاء الاصطناعي ومدى علاقته بالإعلان والاستفادة منه والربط بينهم في تصميم وتنفيذ الإعلان.

رابعاً:" الامتحان التحريري (امتحان الفصل الدراسي): وهو امتحان يقيس التحصيل المعرفي والمهارات الذهنية المكتسبة للطالب من خلال دراسة مقررا لدراسي "تكنولوجيا الإعلان" للفرقة الثانية قسم الجرافيك وفنون الإعلان.

المرحلة الأولى دراسة بحثية لكل مجموعة لجمع معني الإعلان وأهدافه وأهميته وأنواعه ثم معني الذكاء الاصطناعي وأنواعه ومدى الاستفادة منه لمصمم الاعلان. وشرح تصميم الإعلان وتكليف كل مجموعة لعمل ستوري بورد لفكرة الإعلان. ويوضح شكل رقم (1) نموذج من الورقة البحثية لمجموعة من الطلاب التي تم ارسالها عن طريق نظام الكلاس روم :



شكل رقم (1)

المرحلة الثانية: امتحان منتصف الفصل الدراسي

في الرابط التالي نموذج الأسئلة التي تم إعدادها عن طريق وثائق جوجل:

[FAIpQLSd4uTw9B2WbgSttmbT1/d/e/https://docs.google.com/forms/viewform?usp=pp_url/D9DXKmqMyuPuq6OZ0vEpTrRcn0kEkw](https://docs.google.com/forms/viewform?usp=pp_url/D9DXKmqMyuPuq6OZ0vEpTrRcn0kEkw)

المرحلة الثالثة خطوات التجربة:

الخطوات التطبيقية للتجربة العملية كانت على النحو التالي: قامت الباحثة بتقسيم الطلاب والطالبات إلى مجموعتين. وبعد تعريف الطلبة على جميع المعلومات التي تساعدهم في تجميع المحتوى والأفكار من فيديوهات تعليمية وصور فوتوغرافية وانفوجراف وعروض تقديمية ورسوم توضيحية ووسائط متعددة ولهم الأهمية الكبرى في تأكيد ووضوح الأهداف التعليمية لتحقيق القدرة المعرفية والذهنية والمهارية والابتكارية للطلاب تم عمل تصميمات من بعض تطبيقات

الذكاء الاصطناعي لتصميم الإعلان الرقمي التفاعلي سواء لمنتجات أو إعلان عن الذكاء الاصطناعي كـمخرج تعليمي بناء عن الأسس والمفاهيم التي تناولها الطلاب في المقرر الدراسي:
وبعد بحث واختبار بعض الأدوات والتطبيقات للذكاء الاصطناعي الآتية التي تساعد مصمم الإعلان في تصميم اعلان:

لتحميل الصور	لتحميل الايكونات
Un splash Pixels Pixabay	Icon Finder Icon8 Flat icon
اختيار الوان المواقع	لتحميل الخطوط لتعدية البصرية
Bedance Dribble Color Hunt Color Space Muzzle Colors	Defont Google Font Arb font FreePAC Un blast

شكل رقم (10) أدوات الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها في التصميمات

وجاءت التصميمات من بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي لعمل التصميم واتبعت فيها لباحثة معايير البرنامج وأهدافه وطبقا لتوصيف المقرر والجدول الزمني مع الطلاب كالتالي:

تصميم (1) مجموعته عمل الطلاب (ضحى محمد عبد العزيز – أروي هاني عبد الحميد)



تصميم رقم (1) يوضح مجموعة من التصميمات لمنتج زبادي دانون بأطعمة مختلفة (الطلاب)

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب المعرفي		50%
يدرك كافة المعلومات عن المستجدات التكنولوجية والفنية والثقافية الحديثة والعلاقة بين المنهات	الطلاب لديهم افكار مبتكرة ومبدعة في اختار الموضوع والعناصر والالوان من خلال العصف الذهني	15%
يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة باحتياجات المجتمع.	قدم الطلاب تصميمات مختلفة بها ثراء لوني وتكوينات مختلفة .	15%
	تكوين العناصر مع بعض وحفاظهم علي الاصل اللوني للفنان وهويته في تصميم اعلاني تفاعلي	20%
الجانب التصميمي		50%
	ابتكار أساليب ممكنة للإعلان ومعرفة كيفية توظيف الصور	20%

نسبة تقييم المعيار	مؤشرات التقييم	معايير التقييم
	والفيديوهات التي قاموا بتصميمها للإعلان.	
15%	دمج الطلاب عدة صور مع اختيار عبارات هادفة وناجحة وجاذبة. لتكوين العناصر مع بعضها واختيار الألوان.	
15%	استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي التي تفيد التصميم لكي يربط بين المقرر الاساسي والجزء الحديث وهو AI Color space ال Freepac Un blast Muzzle colors	

تصميم (2) مجموعة عمل (فارس ناقت فاروق – مريم محمد عبد المنعم – علاء الدين

احمد حسان – فائزة محمود محمد)



توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

شكل رقم (2) يوضح فكره اختيار كاركتر للذكاء الاصطناعي وربطه بأحد المشاهير

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب المعرفي		50%
يدرك كافة المعلومات عن المستجدات التكنولوجية والفنية والثقافية الحديثة والعلاقة بين المنهيات	الطلاب لديهم افكار مبتكرة ومبدعة. في اختار الموضوع والعناصر والالوان من خلال العصف الذهني استخدام الحواس البصرية والسمعية المختلفة، وتوظيفها لتقديم حلول تصميمية مبتكرة .	15%
	أفكار مبتكرة ومبدعة. في اختار الموضوع والعناصر والالوان وتكوينهم مع بعض	15%
يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة بإحتياجات المجتمع.	الحفاظ علي الاصل اللوني للفنان وهويته في تصميم الإعلان	15%
	الاعلان منظم مبتكر مبدع	10%
الجانب التطبيقي		50%
التصميم		

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
ينوع مصادر إلهامه لإبداع أفكار إعلانية خارجة عن المؤلف، من خلال الإستعانة بالمراجع المتخصصة ومهارات التفكير الأكاديمية الصحيحة.	حقوق الطلاب في هذا التصميم جمع المعلومات التي تفيد التصميم وإبتكار	%10
	كيفية توظيف الصور والفيديوهات التي قاموا بتصميمها للإعلان.	%15
	دمج الطلاب عدة صور مع اختيار عبارات هادفة وناجحة وجاذبة. لتكوين العناصر مع بعضها واختيار الألوان.	%10
	استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي التي تفيد التصميم لكي يربط بين المقرر الاساسي والجزء الحديث وهو ال Flat AI icon	%10

تصميم (3) (الطالبة سارة أحمد زيدان)



توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

تصميمات رقم (3) يوضح اختيار ماركة VERSACE لعرض موديلات من النظارات الشمسية

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب المعرفي		50%
يدرك كافة المعلومات عن المستجدات التكنولوجية والفنية والثقافية الحديثة والعلاقة بين المنبهات. يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة بإحتياجات المجتمع.	استخدام الحواس البصرية والسمعية المختلفة، وتوظيفها لتقديم حلول تصميمية مبتكرة. أفكار مبتكرة ومبدعة في اختار الموضوع والعناصر والألوان وتكوينهم مع بعض	15% 15%
	الحفاظ على الأصل اللوني للفنان وهويته في تصميم الاعلان	15%
	الاعلان منظم مبتكر مبدع	10%
الجانب التطبيقي		50%
التصميم		
ينوع مصادر إلهامه لإبداع أفكار إعلانية خارجة عن المألوف، من خلال الإستعانة بالمراجع المتخصصة ومهارات التفكير الأكاديمية الصحيحة.	حقق الطلاب في هذا التصميم جمع المعلومات التي تفيد التصميم وإبتكار	10%
	كيفية توظيف الصور والفيديوهات التي قاموا بتصميمها للإعلان.	15%
	دمج الطلاب عدة صور مع اختيار عبارات هادفة وناجحة وجاذبة. لتكوين العناصر مع بعضها واختيار الألوان.	10%

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
	استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي التي تفيد التصميم لكي يربط بين المقرر الاساسي والجزء الحديث وهو ال AI Flat icon	10%

تصميم (4) فريق عمل (حنة حسين كمال)



تصميمات رقم (4) يوضح استخدام الذكاء الاصطناعي في الواقع الافتراضي لجعل العوالم الافتراضي

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب المعرفي		50%
يدرك كافة المعلومات عن المستجدات التكنولوجية والفنية والثقافية الحديثة والعلاقة بين المنهات	أستخدام الحواس البصرية والسمعية المختلفة، وتوظيفها لتقديم حلول تصميمية مبتكرة .	15%
يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة بإحتياجات المجتمع.	افكار مبتكرة ومبدعة في اختيار الموضوع والعناصر والالوان وتكوينهم مع بعض	15%
	الحفاظ علي الاصل اللوني للفنان وهويته في تصميم الاعلان	15%
	الاعلان منظم مبتكر مبدع	10%

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب التطبيقي		50%
التصميم		
ينوع مصادر إلهامه لإبداع أفكار إعلانية خارجة عن المألوف، من خلال الإستعانة بالمراجع المتخصصة ومهارات التفكير الأكاديمية الصحيحة.	حقق الطلاب في هذا التصميم جمع المعلومات التي تفيد التصميم وإبتكار	10%
	كيفية توظيف الصور والفيديوهات التي قاموا بتصميمها للإعلان.	15%
	دمج الطلاب عدة صور مع اختيار عبارات هادفة وناجحة وجاذبة. لتكوين العناصر مع بعضها واختيار الألوان.	10%
	استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي التي تفيد التصميم لكي يربط بين المقرر الاساسي والجزء الحديث وهو ال Flat icon	10%

تصميم (5) (زينب محمود علي منصور)



تصميمات رقم (5) يوضح ان شركة ميتا قامت باطلاق اصدار جديد من نظارات العالم الافتراضي

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب المعرفي		50%
يدرك كافة المعلومات عن المستجدات التكنولوجية والفنية والثقافية الحديثة والعلاقة بين المنهات	أستخدام الحواس البصرية والسمعية المختلفة، وتوظيفها لتقديم حلول تصميمية مبتكرة .	15%
	افكار مبتكرة ومبدعة .في اختار الموضوع والعناصر والالوان وتكوينهم مع بعض	15%
يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة بإحتياجات المجتمع.	الحفاظ علي الاصل اللوني للفنان وهويته في تصميم الإعلان. الاعلان منظم مبتكر مبدع	15% 10%
الجانب التطبيقي		50%
التصميم		
ينوع مصادر إلهامه لإبداع أفكار إعلانية خارجة عن المؤلف، من خلال الإستعانة بالمراجع المتخصصة ومهارات التفكير الأكاديمية الصحيحة.	حقق الطلاب في هذا التصميم جمع المعلومات التي تفيد التصميم وإبتكار	10%
	كيفية توظيف الصور والفيديوهات التي قاموا بتصميمها للإعلان.	15%

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
	دمج الطلاب عدة صور مع اختيار عبارات هادفة وناجحة وجاذبة. لتكوين العناصر مع بعضها واختيار الألوان.	10%
	استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي التي تفيد التصميم لكي يربط بين المقرر الاساسي والجزء الحديث وهو ال Flat icon	10%

تصميم (6) (رنا محي محمد)



تصميمات رقم (6) يوضح بان الفنانين (فان جوخ وسيلفادوردالي) ماذا لو كانوا من فناني الثمانينات

معايير التقييم	مؤشرات التقييم	نسبة تقييم المعيار
الجانب المعرفي		50%
يدرك كافة المعلومات عن المستجدات التكنولوجية والفنية والثقافية الحديثة والعلاقة بين المنهات	أستخدام الحواس البصرية والسمعية المختلفة، وتوظيفها لتقديم حلول تصميمية مبتكرة	15%
يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة بإحتياجات المجتمع.	افكار مبتكرة ومبدعة. في اختار الموضوع والعناصر والالوان وتكوينهم مع بعض	15%
يربط بين المفاهيم والنظريات والدارسات البيئية الخاصة بمجال الإعلان وبين المشروعات المرتبطة بإحتياجات المجتمع.	افكار مبتكرة ومبدعة. في اختار الموضوع والعناصر والالوان وتكوينهم مع بعض	15%
	الحفاظ علي الاصل اللوني للفنان وهويته في تصميم الاعلان	15%

10%	الاعلان منظم مبتكر مبدع	
50%		الجانب التطبيقي
		التصميم
10%	حقق الطلاب في هذا التصميم جمع المعلومات التي تفيد التصميم وإبتكار	ينوع مصادر إلهامه لإبداع أفكار إعلانية خارجة عن المؤلف، من خلال الإستعانة بالمراجع المتخصصة ومهارات التفكير الأكاديمية الصحيحة.
15%	كيفية توظيف الصور والفيديوهات التي قاموا بتصميمها للإعلان.	
10%	دمج الطلاب عدة صور مع اختيار عبارات هادفة وناجحة وجاذبة. لتكوين العناصر مع بعضها واختيار الألوان.	
10%	استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي التي تفيد التصميم لكي يربط بين المقرر الاساسي والجزء الحديث وهو ال Flat AI icon	

ومن خلال الدراسة وتحقيق التوصيف واتباع المهارات المعرفية والذهنية وأساليب التعليم والتعلم وطرق التقييم تم تنفيذ مصفوفة توضح ذلك

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي: (دراسة حالة على طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الإعلان)

نموذج رقم (11- أ)

مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر الدراسي 2023-2024

الطور		2. اسم المقرر: التصميمات الجرافيكية												3. القسم العلمي: الجرافيك وفنون الإعلان											
نواتج التعلم المستهدفة من المقرر																									
المعارف العامة						المهارات المهنية						المهارات الأخرى						المعرفة والفهم						المحتويات الرئيسية للمقرر	
K1	K2	K3	K4	K5	K6	H1	H2	H3	H4	H5	H6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	F1	F2	F3	F4	F5	F6		
																								1. من مفهوم الإعلان و أنواعه و أهدافه	
																								2. تعريف الإعلان و أنواعه و أهدافه	
																								3. دور الإعلان في تحقيق أهداف المؤسسة و أهدافه	
																								4. أنواع الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								5. خطوات الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								6. عناصر الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								7. تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								8. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								9. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								10. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								11. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								12. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								13. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								14. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								15. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								16. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								17. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								18. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								19. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	
																								20. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه	

نواتج التعلم المستهدفة من المقرر																								
المعارف العامة						المهارات المهنية						المهارات الأخرى						المعرفة والفهم						المحتويات الرئيسية للمقرر
K1	K2	K3	K4	K5	K6	H1	H2	H3	H4	H5	H6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	F1	F2	F3	F4	F5	F6	
																								1. من مفهوم الإعلان و أنواعه و أهدافه
																								2. تعريف الإعلان و أنواعه و أهدافه
																								3. دور الإعلان في تحقيق أهداف المؤسسة و أهدافه
																								4. أنواع الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								5. خطوات الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								6. عناصر الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								7. تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								8. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								9. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								10. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								11. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								12. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								13. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								14. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								15. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								16. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								17. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								18. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								19. عناصر تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه
																								20. خطوات تصميم الإعلان و أهدافه و أهدافه

نموذج رقم (11- ب)

مصفوفة أساليب التعليم والتعلم لتحقيق نواتج التعلم المستهدفة لمقرر دراسي

نواتج التعلم																								
المعارف العامة						المهارات المهنية						المهارات الأخرى						المعرفة والفهم						أساليب التعليم والتعلم
K1	K2	K3	K4	K5	K6	H1	H2	H3	H4	H5	H6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	F1	F2	F3	F4	F5	F6	
																								العروض التفاعلية Data Show
																								العصف الذهني Brain Storming
																								البحث Researching
																								أمثلة ونقاشات Samples & Discussions

شكل (11) مصفوفة أساليب ونواتج التعلم لمادة تكنولوجيا الإعلان الثابت

إجراءات الاستبيان:

الرابط الخاص بالاستبيان وتم إرساله عن طرق الإيميل والواتساب لعينة من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة والمختصين

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeFcZ4MIROWLtDF0Y80x>

[kzxs04PIINwpiPrs3x20cVTRCP3JQ/viewform?usp=sf_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeFcZ4MIROWLtDF0Y80xkzxs04PIINwpiPrs3x20cVTRCP3JQ/viewform?usp=sf_link)

نتائج البحث:

وجاءت نتائج البحث من نتائج الاستبيان كالتالي:

العينة عددها (96) لتوظيف تطبيقات (AI) في تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي (دراسة حالة علي طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الاعلان) و لمعرفة ما النتائج التي ترتبط عليها استخدام ال(AI) في تطوير مقرر تصميمي (تكنولوجيا الإعلان الثابت) وجاءت ردود الأستبيان بالشكل الآتي :



شكل (12) نتائج الاستبيان



شكل (12-2) نتائج الأستبيان



شكل (12-1) نتائج الأستبيان

ووفقاً لاستجابات عينة البحث جاءت النتائج على النحو التالي:

- 1- تطوير مخرجات مقرر تصميمي (تكنولوجيا الإعلان الثابت) بأحد الأكاديميات ،
للتصميم بتطبيق تقنية ال AI مع الطلاب وأعمالهم .
- 2- تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساعد الطالب في التحكم في جميع التصميمات مثل أنظمة
الصوت والكتابات والصور عن طريق الأوامر الصوتية أو الاشارات أو الحذف
والإضافة من صور لصور وقد حقق الطلاب في هذا التصميم المعارف الفهم والذهنية
واتباع أساليب التعليم والتعلم لتحقيق نواتج التعلم المستهدفة واتبعت طرق التقييم
وتحقيق الهدف المرجو من التصميم .
- 3- الذكاء الاصطناعي يعمل على مشاركة الطلاب كمجموعات لمعالجة ودمج عدد كبير من
التفاصيل لعمل تصميمات إعلانية متميزة وفريدة واتباع أساليب التعليم المتبعة.

التوصيات:

- 1- توصي الباحثة بتطبيق تقنيات الـ AI للمقررات التصميمية بكليات الفنون لمواكبة التطور التكنولوجي .
- 2- يجب عمل دراسات مستقبلية أكثر عن كيفية توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في مجال التصميم الإعلاني الرقمي.
- 3- الاهتمام بتوعية جميع المجالات ومختلف التعليم لبناء استراتيجيات وخطط منظمة ومدروسة متطورة لمواكبة التحولات الرقمية الحديثة.

المراجع :

المراجع العربية :

ابوبكر خوالد، "تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال" الطبعة الاولى، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، 2019.

الكوار، محمد ، 2023، ص 287، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المعاصرة ، المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي، المجلد الثاني ، العدد الرابع، أكتوبر 2023.

سهلي ، عبد الكريم 2022ميدجورني: كيفية تصميم الصور بالذكاء الاصطناعي عبر ديسكورد). سعد العبد، فاطمة اشكناني، فن الليبرو) الرسم على الماء (كمصدر لاستلهام في التصوير المعاصر، مجلة الفنون والعمارة السلمية، 2018.

. منصور عبد الحكيم، "التلاعب بالعقول عبر العصور"، دار الكتاب العربي، دمشق.

حمدي ، يمى ، 2022 ، ص 4 ، تطبيق الذكاء الاصطناعي في تطوير إدارة عمليات التصميم الداخلي يمى حمدي معيد بقسم التصميم الداخلى - كلية الفنون والتصميم جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب .

الجلي ، خالد ، 2023، ص13، الفن ومصادر معلوماتية بين الانتاج والاتاحة في عصر الذكاء الاصطناعي ، المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي، المجلد الثاني ، العدد الرابع، أكتوبر 2023،

محمد إبراهيم محمد إبراهيم، ابتكار تصميمات طباعة أقمشة مفروشات معاصرة مستلهمة من القيم الجمالية للفن الهندي، بحث، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، المقالة، 4 المجلد، 1 العدد، 2 الخريف 2014.

المراجع الأجنبية:

<https://www.annajah.net/article-3022>

Malehmirchegini., H, Farzaneh). 2021. (Efficiency Energy.P, P, Daka., & A, Mulumba., T, Afolabi., A, Bejan., L ..(2020 (design interior in technology AI of Application.

(Britannica Encyclopedia Intelligence Artificial.1 (30:18 (2021 nov12 access B,
Copeland intelligence artificial/technology/com.britannica.www://https for
Buildings Smart in Evolution Intelligence Artificial.

Employing Artificial Intelligence (AI) Applications in Designing Interactive Digital Advertising

**(A case study on second-year students in the Department of
Graphics and Advertising Arts)**

Nahla Aly

The Higher Institute of Applied Arts 6th. of October

aly.nahla@gmail.com

Abstract:

New technologies are constantly advancing year after year, and things considered impossible ten years ago are now a reality. It is also considered the technology of the future over the coming years, and one of the basic pillars upon which the technology industry is based in the current era, as its applications include all educational, scientific, medical, and industrial aspects. The applications contribute to all fields. The importance of research lies in the necessity of adding proposals to teaching courses to learn the most important applications of artificial intelligence and benefit from it, including designing advertisements through applied study with second-year students of the Department of Graphics and Advertising Arts to enhance their academic level innovatively and creatively through his study of theoretical experiments and his multiple applications of techniques that help him increase visual artistic awareness. It conducts many applied experiments and answers to produce a design for an interactive advertisement using artificial intelligence techniques and tools. It is harmonious, has visual balance, and focuses on multiple design elements such as shapes and colors due to their importance in applying advertising in colleges of arts, especially the Department of Graphics and Advertising Arts. The Department of Graphics and Advertising Arts student uses many applied and artificial intelligence techniques to produce interactive advertising designs. It is distinguished by its creative, innovative design elements and understanding of all the tools that qualify the student psychologically and scientifically in the process of creativity in graphics and advertising arts. The research questions and problems are represented in the lack of research proposals and practical studies that increase and strengthen the ability of students' concepts of

design elements to present them attractively and purposefully. Lack of knowledge of applications. Fast, modern artificial intelligence that serves graphic and advertising arts students to design interactive advertising with its applications and techniques to produce an integrated design. Emphasis on the faculty members in the academic course between him and the students in searching for everything new and advanced to provide students with applied visual and artistic nutrition in advertising design. It is one of the most important results of the research.

Keywords: Artificial intelligence; design; interactive digital advertising.