

فهرس المحتويات:-

4:1	تمهيد
8:5	دراسات مرتبطة.....

الباب الأول : سيكولوجية الطفل فى المرحلة العمرية من:10 سنوات

الفصل الأول : إدراك الطفل فى المرحلة من:10 سنوات

9	مقدمة.....
11	خصائص الطفل فى المرحلة من(6:10) سنوات.....
13	خصائص النمو العقلي لأطفال المرحلة.....
13	إدراك الطفل.....
15	أولا الطفل والإدراك البصري.....
16	عوامل نمو الإدراك البصري للطفل.....
17	1- إدراك الطفل البصرى للألوان.....
17	تعريف اللون.....
19	العوامل التي تؤثر علي إدراك الأطفال للألوان.....
19	التفصيلات اللونية للأطفال.....
21	2- إدراك الطفل للأشكال.....
21	تعريف الشكل.....
22	تصنيف الأشكال المقدمة للأطفال.....
22	(1) الأشكال الهندسي الأساسية.....
22	أ-الأشكال الهندسية الأساسية ذات البعدين(المسطحة).....
23	ب- الأشكال الهندسية الأساسية ثلاثية الأبعاد(المجسمة).....
23	(2) الأشكال الخطية.....
24	(3) الأشكال الكارتونية.....
24	أ- عملية البحث البصري.....
24	ب- التعرف علي الأشكال أو التعرف البصري.....

25 نظريات إدراك الأشكال المرتبطة بالطفل
25 1-نظرية إدراك بناء الشكل علي النموذج الذهني
26 2-نظرية بناء الشكل من خلال مكوناته
26 3-نظرية تكامل الملامح
27 4-النظرية الحسابية لإدراك الشكل
27 5 -نظرية الجشطالت
27 الصفة الأساسية للظاهرة الشكلية
28 إدراك الحروف الهجائية
29 مراحل اكتساب المعنى للطفل
30 3- إدراك الطفل للصور
31 (أ) الصور الثابتة
32 مستويات فهم الطفل للصور الثابتة
32 (ب) الصور المتحركة
33 4-إدراك الطفل للحركة
33 إدراك الحركة
33 أنواع الحركة
34 أولاً: الحركة الحقيقية للأشياء
34 ثانياً: الحركة الظاهرية
35 1- الحركة الاهتزازية
35 2- الحركة التلقائية
35 3- الحركة المحدثة
36 أ- الحركة المحدثة للأشياء
36 ب- الحركة الذاتية المحدثة
36 4-التأثيرات البعيدة للحركة
37 مصادر معلومات الحركة
37 أولاً :- المنبه

37 ثانيا :- حركات العين التتبعية.
38 ثانيا :- الإدراك الحسى.
40 إدراك الطفل للظواهر من حوله.
40 إدراك الطفل للزمن.
40 إدراك الطفل الأحجام والأوزان.
40 إدراك الطفل المسافات.
41 ثالثا :- الإدراك الجمالى للطفل.
42 دور الانتباه فى عمليات الادراك.
43 أشكال انتباه الطفل.
44 خصائص إنتباه الطفل.
45 دور التنشئة الاجتماعية فى تطور عملية الإدراك لدى الطفل.
45 العوامل التى تؤثر على نمو الوعى الجمالى لدى الطفل.
46 تنمية الإبداع للطفل.
47 اللعب نشاط حركى ودوره فى تنمية قدرات الطفل.
48 الخلاصة.

الفصل الثانى: الطفل والعلامة التجارية فى العملية الاتصالية

49الاتصال
50الاتصال الاعلانى.
50الاتصال الإعلانى عملية تزامن.
51 الرمز والمعنى.
52 تصنيف الرموز
521-رموز عامة اجتماعيةPublic –Sociological Symbols
522- رموز خاصة نفسيةPrivate Psychological Symbols
52 أنواع الرموز
521-رموز طبيعيةNaturalism Symbols

52	Mythological Symbols	2-رموز أسطورية
53	Engineering Symbols	3-رموز هندسية
53	Color Symbols	4-رموز لونية
53		وظيفة الرمز
54		مستويات الدلالة في الرمز
54		تعريف العلامة
55		التصنيفات الخاصة بالعلامات
55		أولاً: من حيث الوسيلة
56		ثانياً: من حيث الموضوع
56		ثالثاً: من حيث المفسر
56	Naturalism Sign	1-علامات طبيعية
57	Industrial Sign	2-علامات صناعية
57	Accidental Sign	3-علامات فنية أو عرضية
57		مستويات الدلالة في العلامة
57		الرمز والعلامة في الاتصال
58		العلاقة بين الطفل وعملية الاتصال
60		الوسائل التي يتعرض لها الطفل في العملية الاتصالية
61		العلامة التجارية عنصر اتصال إعلاني
62		القيم الاتصالية للعلامة التجارية
62		1- العلامة التجارية كمصدر للمعلومات
65		2- نقل المعنى بين المنتج والمستهلك
67		3- العلامة التجارية وأساليب الاتصال
69		4- العلامة التجارية كظاهرة بصرية
71		الخلاصة

الباب الثاني : كيفية التفاعل بين الطفل والعلامة التجارية

الفصل الأول : ماهية العلامة التجارية وأهميتها للأطفال

72مقدمة
73 التعريف بالعلامة التجارية Trademark
75 التمييز بين الاسم التجاري tradename والبراند brand واللوجو logo
77 مقومات نجاح البراند brand لمنتجات الأطفال
78 العلامة التجارية والهوية المؤسسية Corporate Identity لمنتجات الأطفال
80 دور العلامة التجارية في خلق وتدعيم الهوية المؤسسية لمنتجات الأطفال
80 أهداف وجود علامات تجارية خاصة بمنتجات الأطفال :-
81 أولاً: هدف معرفي
82 ثانياً: هدف وجداني
83 ثالثاً: هدف سلوكي
84 مقومات نجاح العلامة التجارية لمنتجات الأطفال
88 تصنيفات العلامات التجارية لمنتجات الأطفال فنياً
88 أولاً:- العلامات التجارية التصويرية Pictograph Trademark
89 1- الأسلوب التمثيلي
89 2- الأسلوب المجرد
90 أ- التجريدية الطبيعية
90 ب- التجريدية الهندسية
91 ج- التجريدية التعبيرية
91 د- التجريدية الإيجازية
91 هـ- التجريدية الحركية
92 3- الأسلوب المبسط
92 ثانياً:- العلامات التجارية الكلامية (الكتابية) Verbal Trademark
94 أشكال الاسم التجاري للشركات والمنتجات
96 اعتبارات اختيار الأسماء التجارية لمنتجات الأطفال

98 أسباب تغير الشركات أسمائها التجارية
98 ثالثا: - العلامات التجارية الأبجدية Alphabetic Trademark
100 رابعا العلامات التجارية المركبة Combined Trademark
102 تصنيف العلامة التجارية علي حسب طريقة عرضها
102 أ-ذات بعدين (مسطحة أو ثابتة): العلامات التجارية في مطبوعات الأطفال
106 ب-ثلاثية الأبعاد: العلامة التجارية لمنتجات الأطفال في التلفزيون
110 العلامات التجارية لمنتجات الأطفال علي صفحات الانترنت
111 فاعلية العلامات التجارية لمنتجات الأطفال علي الانترنت
115 العلامات التجارية المجسمة
117 الخلاصة

الفصل الثاني : أسس تصميم العلامات التجارية لمنتجات للأطفال

118 عناصر تصميم العلامة التجارية
118 أولا- الشكل Form
119 أ- النقطة Dot ودورها في تصميم العلامة التجارية
120 ب- الخط Line ودوره في تصميم العلامة التجارية
121 (1) خطوط بسيطة
122 (2) الخطوط الحركية
122 وظائف الخط في تصميم العلامة التجارية
123 ج-الحجم Volume
123 ثبات الحجم في تصميم العلامات التجارية
123 د-الفراغ Space
124 دور الفراغ في العلامة التجارية
125 و-المساحة Area
125 أنواع الأشكال في العلامة التجارية
125 1- العناصر هندسية

126	2- العناصر تمثيلية
126	3- العناصر الرمزية
127	البعد الدلالي للأشكال والرموز في العلامة التجارية
127	الدلالات الرمزية للأشكال الهندسية
127	دلالات رمزية لبعض مكونات الجسم الإنسان
128	دلالات رمزية لبعض الرموز الحيوانية والنباتية
128	ثبات الشكل في تصميم العلامات التجارية
129	كيفية توظيف الشكل في العلامة التجارية لمنتجات الطفل
130	ثانيا اللون: ..
130	البعد الدلالي للألوان في العلامات التجارية للطفل
132	فاعلية توظيف اللون في العلامات بالنسبة للطفل
134	ثالثا الاسم التجاري:
134	النظريات المؤثرة في تصميم علامات تجارية للأطفال
134	(أ) نظرية الجشطالت
134	(1) قانون التقارب أو التجاور
135	(2) قانون التماثل
135	(3) قانون الأشكال المغلقة
135	(4) قانون الحركة المشتركة
135	(5) قانون الإستمرار
137	(6) مبدأ الشكل والأرضية
136	(ب) نظرية الخداع البصري
137	أسس تصميم العلامة التجارية
138	1- التوازن . Balance
141	2- السيادة . Dominance
142	3- التناسب . Proportion
143	4- الإيقاع . Rhythm

144 Contrast . التباين .
145 Unity . الوحدة .
146 Emphasis . التأكيد .
146 Movement . الحركة .
147 أهمية توظيف الحركة في العلامات التجارية الخاصة لمنتجات الأطفال.....
148 Virtual Movement حركة تقديرية.....
150 Actual Movement حركة فعلية.....
152 أوجه الاختلاف بين العلامة التجارية الثابتة والمتحركة.....
153 اعتبارات خاطئة في تصميم العلامات التجارية لمنتجات الأطفال في مصر.....
155 الاعتبارات والعوامل التي يجب مراعاتها عند تصميم العلامات التجارية لمنتجات الأطفال.....
157 الخلاصة.....

الفصل الثالث : عملية التفاعل بين الطفل والعلامة التجارية

158 العلامة التجارية في السلم الإعلاني.....
158 1- عدم الوعي بالعلامة التجارية Misunderstanding of Trademark.....
159 أسباب عدم وعي الطفل بالعلامة التجارية.....
160 2- إدراك العلامة التجارية Perception Process of Trademark.....
160 مراحل إدراك الطفل للعلامة التجارية.....
162 العلامة التجارية والصورة الإرتسامية للطفل.....
162 العوامل التي تؤثر علي إدراك الطفل للعلامة التجارية.....
163 3- المعرفة Cognitive.....
164 العوامل التي تساعد الطفل على الانتباه للعلامة التجارية.....
165 العمليات المعرفية التي تؤثر في معرفة الطفل بالعلامة التجارية.....
166 العلامة التجارية والصورة الذهنية للطفل.....
167 العلاقة بين المعرفة والإدراك والصورة الذهنية للعلامة التجارية للطفل.....

169 الخصائص العامة للصورة الذهنية للعلامة التجارية
170 4- الإعجاب Admiration
171 5- التفضيل Preference
171 القيم التفضيلية للعلامة التجارية للأطفال
172 6- الإقناع Persuasion
174 الاستمالات الإقناعية المتعلقة بالعلامات التجارية لدى الأطفال
175 1- الاستمالات العاطفية
176 2- الاستمالات العقلانية
176 الاستراتيجيات الإقناعية
177 أ- الاستراتيجية السيكوديناميكية
177 ب- الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية
178 ج- استراتيجية بناء المعنى
178 العوامل التي تؤثر على اقناع الطفل بالعلامة التجارية
179 أبعاد عملية التأثير الإقناعي للعلامة التجارية والطفل
179 7- الشراء Purchasing
181 العوامل التي تساعد علي الاستجابة الشرائية من خلال العلامة التجارية
182 الخلاصة

الباب الثالث : الدراسة التحليلية والتطبيقية.

الفصل الأول : الدراسة التحليلية والوصفية لبعض العلامات التجارية لمنتجات الاطفال

183 مقدمة
185 النموذج الأول:- العلامة التجارية لقسم النشر للأطفال بدار الفاروق
188 النموذج الثاني :- العلامة التجارية لشركة بس لألعاب الأطفال
191 النموذج الثالث:- علامة فلورو معجون أسنان للأطفال
194 النموذج الرابع:- العلامة التجارية لشركة نيلكو لألعاب الأطفال
196 النموذج الخامس :- علامة تجارية لمشروع مدرستي

199	النموذج السادس :-علامة تجارية لشركة روان لمطبوعات وقصص الأطفال التعليمياً
202	النموذج السابع :-علامة تجارية like gun.....
204	النموذج الثامن :-علامة تجارية لمحل باللونة لألعاب الأطفال.....
206	النموذج التاسع :-علامة تجارية لقصص دنيا الأطفال.....
209	النموذج العاشر :لقطات تليفزيونية من حركة علامة baby habibi
213	النموذج الحادى عشر :-علامة تجارية على الانترنت لمحات بووم برووم لمستلزمات الأطفال.....
215	نتائج الدراسة التحليلية.....

الفصل الثايف : الدراسة التطبيقية لبعض العينات لعلامات منتجات الأطفال

216	مقدمة.....
216	خطوات الدراسة التطبيقية والهدف منها.....
218	نموذج(1) تصميم علامة تجارية لشركة بس لألعاب الأطفال.....
218	1-تصميم العلامة.....
220	2- إضافة بعد الحركة.....
223	نموذج(2) تصميم علامة تجارية لمحل بووم برووم.....
223	1-تصميم العلامة.....
224	2- إضافة بعد الحركة.....
225	نموذج (3) تصميم علامة تجارية لقصص دنيا الأطفال.....
227	1-تصميم العلامة.....
229	2- إضافة بعد الحركة.....
231	نموذج (4) تصميم علامة تجارية لدار الفاروق قسم النشر للأطفال للنشر.....
234	نموذج (5) تصميم علامة تجارية لشركة نيلكو لألعاب الأطفال.....
236	نموذج (6) تصميم علامة تجارية لشركة نيلكو لألعاب الأطفال.....
238	النتائج.....
239	التوصيات.....

240	ملخص البحث بالعربية
243	المراجع العربية
250	المراجع الأجنبية
252	ملخص البحث بالإنجليزية