

جامعة حلوان

كلية الفنون التطبيقية

قسم الاعلان

بحث مقدم للمؤتمر الرابع لكلية الفنون التطبيقية تحت عنوان

The Effectiveness of using Sensor Technology and sensory marketing on Interactive advertising

اعداد الدراسة بمرحلة الماجستير

فاطمة سيد عبد العزيز

معيدة بقسم الاعلان كلية الفنون التطبيقية جامعة 6 اكتوبر

f.ali.azmi@gmail.com

أ.د . لمياء عبد الكريم

رئيس قسم و أستاذ التصميم بقسم الاعلان

كلية الفنون التطبيقية

Dr.lamiaqassem@yahoo.com

أ.د تامر عبد اللطيف

أستاذ التصميم بقسم الاعلان

كلية الفنون التطبيقية

proftamer@gmail.com

بحث مقدم للمؤتمر الرابع لكلية الفنون التطبيقية تحت عنوان

The Effectiveness of using Sensor Technology and sensory marketing on Interactive advertising

اعداد الدراسة بمرحلة الماجستير

فاطمة سيد عبد العزيز

معيدة بقسم الاعلان كلية الفنون التطبيقية جامعة 6 اكتوبر

f.ali.azmi@gmail.com

أ.د . لمياء عبد الكريم

رئيس قسم و أستاذ التصميم بقسم الاعلان

كلية الفنون التطبيقية

Dr.lamiaqassem@yahoo.com

أ.د تامر عبد اللطيف

أستاذ التصميم بقسم الاعلان

كلية الفنون التطبيقية

proftamer@gmail.com

marketing on Interactive advertising.”

Abstract:

The creative thinking is one of the important styles of thinking, which are used by designers to express their ideas and to transmit information of an advertising message to a recipient by Achieving the success of advertising through attract attention , using technology development in display systems and digital interaction, through the usability for sensors, in receiving and sending information between the elements of the Interactive communication process " sender - receiver - medium), which should be created according to new standards related to the new technology variables and sensory marketing, which aims to Seduce the consumer using the influence of his senses to influence his feelings and behavior, when we talks about the word“senses”we mean the five senses (sight, hearing, smell, taste and touch), which consider very important factors that interact with surrounding environment .

Keywords:

The senses - Sensors – Sensory branding – Sensory Marketing – Sensory advertising – creative thinking