The 12th International Scientific Conference

Under the Title
 “Innovative human, social, natural research, our vision for a prosperous economy and a better future by 2030”

المؤتمر العلمي الدولي الثاني عشر

تحت عنوان
"بحوث إنسانية واجتماعية وطبيعية مبتكرة، رؤيتنا من أجل اقتصاد مزدهر ومستقبل أفضل بحلول ٢٠٣٠"

29-30 يوليو 2021 - اسطنبول – تركيا

http://kmshare.net/isac2021/

**Full Paper Title in English**

Hanan A. Kamel a , Maria M. Hameed b

a ABC University, 211 Al Rousheh St., Beirut, Lebanon

hanan@abc.edu.lb

b XYZ Univesity, Jounieh 955 St, Beirut, Lebanon

maria@xyz.edu.lb

**Abstract:** This document shows the required format and appearance of a manuscript prepared for AASRC journals. Begin the abstract 18 points below the author names and affiliations, with the word “Abstract” in bold followed by a period. The abstract should consist of a single paragraph containing no more than 200 words. It should be a summary of the paper and not an introduction. Because the abstract may be used in abstracting and indexing databases, it should be self-contained (i.e., no numerical references) and substantive in nature, presenting concisely the objectives, methodology used, results obtained, and their significance. A list of up to six keywords should immediately follow, with the keywords separated by commas and ending with a period. The text should be single-spaced and fully justified throughout the manuscript.

**Keywords:** optics, photonics, imaging, electronic journals, Microsoft Word, templates.

**عنوان البحث بالكامل باللغة العربية**

**اسم الباحث / الباحثون**

**الجهة التي يعمل بها الباحث / الباحثون**

**الملخص**

ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة ملخص الدراسة .

**المقدمة**

مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة مقدمة الدراسة.

**اولاً**

تفاصيل الفقرة الاولى ..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**ثانياً**

تفاصيل الفقرة الثانية ..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**ثالثاً**

**.**

**.**

**.**

**الخلاصة**

.

.

**المراجع : References (يجب الانتباه الى تنسيق المراجع حسب النمط المبين ادناه وبدون ترقيم سواء بالعربي او الانجليزي)**

الحديدي، منى وعلي، سلوى (2012). **الإعلان: أسسه ووسائله وفنونه**. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الزعبي، علي (2009). **الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل**. الاردن: دار اليازوري.

السلمي، علي (1977). **الإعلان**. الإسكندرية: مكتبة غريب.

العبدلي، سمير والعبدلي، قحطان (2013). **الترويج والإعلان**. الأردن: دار زهران.

العسكري، أحمد (بدون تاريخ). **التسویق مدخل استراتیجي للبیئة التسویقیة وسلوك المستهلكين**. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.

بهنسي، السيد (2007). **إبتكار الأفكار الإعلانية**. القاهرة: عالم الكتاب.

Hoffman, D. D. (2005). Visual illusions and perception. *Yearbook of Science and Technology. McGraw-Hill*.

Thomson, E. M. (2014). The Science of Publicity's Ami American Advertising Theory^ 1900-1920. Downloaded from http://jdh.oxfordjournals.org/ at Universiti Kebangsaan Malaysia on September 20, 2014 . p 261

Museum of Vision, (2000). Eye openers exploring optical illusions. Foundation of the American Academy of Ophthalmology. p7-8,9

Solso, R. L. (2011). Cognitive psychology. P 14.