

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة-03-



كلية علوم الإعلام والسمعي البصري

قسم:الاتصال والعلاقات العامة.

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

مذكرة ماستر

تخصص:اتصال وعلاقات عامة

شعبة علوم الإعلام والاتصال

دور أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة

-دراسة ميدانية على عينة من زبائن مؤسسة أوريدو-

إشراف الأستاذة:

د.بسمة فنور

إعداد الطلبة :

بوسنة غادة

بوعون شيماء

بوزيد رميساء

السنة الجامعية:2021-2022

دورة جوان

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور أنشطة المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي مفاده: هل ساهم التزام مؤسسة "أوريدو" بأنشطة المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورتها لدى جمهور زبائنها؟

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم جمع البيانات من عينة قصديه قوامها 100 مفردة من زبائن مؤسسة "أوريدو" المتواجدين بولاية ميله وذلك استنادا إلى أداة جمع البيانات التي تمثلت في استمارة الكترونية.

وخلصت الدراسة إلى أن التزام مؤسسة "أوريدو" ببرامج المسؤولية الاجتماعية ساهم في تغيير اتجاهات الجمهور نحوها وترك انطباعات ايجابية لديهم وبالتالي تحسين صورتها .

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الصورة الذهنية.

## Abstract :

This study aims to identify the role of social responsibility activities on improving image of economic company through get answer on the following principal question: has Ooredoo's commitment to social responsibility activities contributed to improving its image among its customers?

The study adopted the descriptive and analytical method; the primary data were collected from a sample of 100 individuals from Ooredoo customers who are present in Mila, based on the data collection tool represented in an electronic form. The study concluded that Ooredoo's commitment to social responsibility programs has contributed to changing the public's attitudes towards it and leaving positive impressions and thus improving their image.

## Key word:

Social responsibility, mental image.

# فهرس المحتويات

شكر وعرهان:

فهرس المحتويات

فهرس الجداول والأشكال

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية.

12.....	أولاً: موضوع الدراسة.....
12.....	1- إشكالية الدراسة:.....
14.....	2- أسباب اختيار الموضوع:.....
14.....	3- أهمية الدراسة:.....
15.....	4- أهداف الدراسة:.....
15.....	5- مفاهيم الدراسة:.....
19.....	6- الدراسات السابقة:.....
23.....	7- فروض الدراسة:.....
24.....	9- منظور الدراسة:.....
27.....	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:.....
27.....	1- مجالات الدراسة:.....
27.....	2- نوع الدراسة:.....
28.....	3- منهج الدراسة:.....
29.....	4- مجتمع وعينة الدراسة:.....
31.....	5- أدوات جمع البيانات:.....

## فهرس المحتويات

---

الفصل الثاني: المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية:.....	
أولاً: المسؤولية الاجتماعية:.....	34
1- الجذور التاريخية لظهور فكرة المسؤولية الاجتماعية.....	34
2- دوافع تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية:.....	36
3- مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.....	37
4- عناصر المسؤولية الاجتماعية:.....	38
5- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:.....	39
6- أهمية المسؤولية الاجتماعية:.....	39
7- العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية:.....	40
8- مبادئ العلاقات العامة وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية:.....	41
9- دور العلاقات العامة في تعزيز برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية:.....	41
ثانياً: الصورة الذهنية:.....	42
1- أهمية وأهداف الصورة الذهنية:.....	42
2- أنواع الصورة الذهنية:.....	43
3- سمات الصورة الذهنية:.....	44
4- وظائف الصورة الذهنية:.....	45
5- مصادر تكوين الصورة الذهنية:.....	46
6- مكونات و أبعاد الصورة الذهنية:.....	46
7- العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية:.....	47
8- تخطيط برامج الصورة الذهنية للمؤسسة:.....	48
ثالثاً: أثر المسؤولية الاجتماعية في الصورة الذهنية:.....	49

## فهرس المحتويات

---

52.....	أولاً:معلومات عامة عن مؤسسة "أوريدو"
56.....	ثانياً:عرض،تحليل وتفسير البيانات.
89.....	ثالثاً:نتائج الدراسة:
95.....	خاتمة وأفاق الدراسة.....
.....	قائمة المراجع.....
.....	ملخص الدراسة: