



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم: الإتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة لنيل شهادة الماستر

تخصص: علاقات عامة

علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

دور صفحة الفيسبوك في تحسين صورة مؤسسة سيترام - قسنطينة -

دراسة ميدانية على عينة من متعاملين مؤسسة سيترام - قسنطينة -

إشراف الأستاذة:

❖ د بسمة فنور

إعداد الطلبة:

❖ بوهوف نشوة

❖ ساكر وسام

❖ سعدون مروة ونام

السنة الجامعية :

2022/2021

دورة جوان

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الفيسبوك في تحسين الصورة المؤسسية الخدماتية الجزائرية " مؤسسة سيترام نموذجاً" من أجل ذلك إستخدمنا المنهج الوصفي، وطبقت على عينة قصدية من متعاملين مؤسسة سيترام قوامها 100 زبون، وإعتمدت على أداة الإستمارة في جمع البيانات، وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات توصلت الدراسة إلى أن:

صفحة الفيسبوك لمؤسسة سيترام تلعب دوراً مهماً في تحسين الصورة الذهنية من خلال الخدمات التي تقدمها المؤسسة عبرها و تزويد زبائنها بالأخبار،المعلومات و كذا أهم مستجداتها . بالإضافة إلى أنها تعمل على تقديم ونشر خدماتها و عروضها بهدف كسب ثقة جمهورها و دفعه للتفاعل معها، و لتصل بالتالي إلى التأثير على إتجاه متعاملها من خلال منشوراتها الجذابة الملفتة للنظر.

الكلمات المفتاحية: صفحة الفيسبوك، الصورة الذهنية، المؤسسة، المؤسسة الخدماتية.

Résumé :

Cette étude a pour but de connaître le rôle de la page Facebook dans l'amélioration de l'image de l'institution de service algérienne, « Fondation Sitram comme modèle. » Pour cela, nous avons utilisé l'approche descriptive, et elle a été appliquée à un échantillon intentionnel de clients de Sitram, composée de 100 clients, et elle s'est appuyée sur l'outil formulaire dans la collecte des données, et après traitement statistique des données L'étude a révélé que :

La page Facebook de la Fondation Sitram joue un rôle important dans l'amélioration de l'image mentale à travers les services fournis par l'institution à travers elle. L'étude a également montré que les résultats obtenus grâce au rôle de Facebook dans l'amélioration de l'image mentale de l'institution étaient les suivants : La page Facebook de la Fondation Sitram a contribué et fourni à ses clients des actualités, des informations ainsi que les développements les plus importants. De plus, il travaille à présenter et publier ses services et offres afin de gagner la confiance de son public et le pousser à interagir avec lui, et ainsi influencer l'orientation de ses clients à travers ses publications attractives et accrocheuses.

Mots-clés : page Facebook, image mentale, institution, institution de service.

Summary :

This study aims to know the role of the Facebook page in improving the image of the Algerian service institution « Sitram Foundation as a model ». For this, we used the descriptive approach, and it was applied to an intentional sample of Sitram's clients, consisting of 100 customers, and it relied on the form tool in data collection, and after statistical processing of the data. The study found that :

The Facebook page of Sitram Foundation plays an important role in improving the mental image through the services provided by the institution through it. The study also showed that the results achieved from the role of Facebook in improving the mental image of the institution were that : The Facebook page of Sitram Foundation contributed to and provided its customers with news, information as well as the most important developments. In addition, it works to present and publish its services and offers in order to gain the confidence of its audience and push it to interact with it, and thus to influence the direction of its customers through its attractive and eye-catching publications.

Keywords : Facebook page, mental image, institution, service institution .

المبحث الثاني: موقع الفيسبوك

61	1.2 نشأة وتطور الفيسبوك
62	2.2 خصائص صفحة الفيسبوك
63	3.2 أهمية الفيسبوك
64	3.3 إستخدامات الفيسبوك
68-67	4.2 سلبيات و إيجابيات الفيسبوك
69	5.2 دور صفحة الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة
-	خلاصة
الفصل الثالث : عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية ونتائج الدراسة	
129-73	1. عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية
131-130	2. النتائج في ضوء الفرضيات
132-131	3. النتائج العامة للدراسة
	خاتمة
142-135	الملاحق
150-144	قائمة المصادر والمراجع

الصفحة	الموضوع
-	شكر وتقدير
-	الإهداء
-	ملخص الدراسة
-	- فهرس المحتويات
-	- قائمة الجداول
-	- قائمة الأشكال
أ - ب	- مقدمة
الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
المبحث الأول : موضوع الدراسة	
22-21	1.1 إشكالية الدراسة
23	2.1 أسباب إختيار الموضوع
24	3.1 أهمية الدراسة
25	4.1 أهداف الدراسة
27-26	5.1 تحديد المفاهيم
30-27	6.1 الدراسات السابقة
31	7.1 فروض الدراسة

32-31	8.1 المقاربة النظرية
المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة	
36-34	1.2 مجالات الدراسة
37	2.2 نوع الدراسة
38-37	3.2 المنهج المستخدم
44-38	4.2 مجتمع البحث وعينة الدراسة
45-44	5.2 أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني: الفيسبوك وتحسين صورة المؤسسة الخدمائية	
-	تمهيد
المبحث الأول: الصورة الذهنية للمؤسسة	
50-49	1.1 خصائص الصورة الذهنية
53-50	2.1 أنواع الصورة الذهنية
54-53	3.1 مكونات الصورة الذهنية
58-54	4.1 عملية تكوين الصورة الذهنية
59-58	5.1 أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة
60-59	6.1 أهداف الصورة الذهنية للمؤسسة