

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3-



الكلية: علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: اتصال وعلاقات عامة

الرقم التسلسلي.....

الرمز.....

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم إنسانية

فعالية الاتصال الشخصي للقائم بالعلاقات العامة في تحسين صورة المنظمة الخدمية

دراسة ميدانية للجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس - ميله -

إشراف الأستاذ (ة):

إعداد الطلبة:

سمية بن غضبان

- بوفنغور عبد العزيز.

- بوشطوط رحمة.

- بوغاشيش غادة.

السنة الجامعية 2022/2021

دورة جوان

ملخص الدراسة

لقد تطرقنا في موضوعنا هذا إلى فعالية الاتصال الشخصي لدى القائم بالعلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس بالإضافة إلى الأساليب التي تستخدمها المؤسسة في تفعيل الاتصال الشخصي من أجل تحسين صورتها وكسب ولاء الزبائن وهذا انطلاقاً من التساؤل الرئيسي:

- هل تساهم فعالية الاتصال الشخصي لدى القائم بالعلاقات العامة في تحسين صورة المنظمة الخدمائية؟

ولقد اندرج عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يهتم القائم بالعلاقات العامة في تفعيل الاتصال الشخصي من أجل تحسين صورة المؤسسة؟
- فيما تتمثل أساليب القائم بالعلاقات العامة لتفعيل الاتصال الشخصي لتحسين صورة المؤسسة؟
- هل يهتم القائم بالعلاقات العامة للعوائق التي تعوق فعالية الاتصال الشخصي لتحسين صورة المؤسسة؟

واعتمدنا على منظور الدراسة تمثل في النظرية البنائية الوظيفية بالإضافة إلى المنهج الوصفي كما استخدمنا أداة الملاحظة والمقابلة مع مدير المؤسسة والموظفين مؤسسة موبيليس وزبائنها كأداة لجميع البيانات بالإضافة إلى الاستبيان كأداة أساسية واشتملت العينة القصدية المكونة ب 100 مفردة. وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى نتائج أهمها أن فعالية الاتصال الشخصي لدى القائم بالعلاقات العامة ساهم كثيراً في تحسين صورة المؤسسة، وأن مؤسسة موبيليس تعطي أهمية كبيرة من أجل تفعيل الاتصال الشخصي بطريقة تخدم على تحسين صورة المؤسسة.

الكلمات المفتاحية:

فاعلية الاتصال الشخصي، القائم بالعلاقات العامة، الصورة الذهنية، المؤسسة الخدمية، الجمهور الخارجي .

Abstract:

In our topic, we have discussed the effectiveness of personal communication with the person in charge of public relations in improving the mental image of the Mobilis Corporation, in addition to the methods used by the institution in activating personal communication in order to improve its image and gain the loyalty of customers, and this is based on the main question:

- Does the effectiveness of the personal communication of the public relations responsible contribute in improving the image of the service organization?

This main question was divided into the following sub-questions:

- Is the person in charge of public relations interested in activating personal communication in order to improve the image of the institution?
- What are the methods used by the person in charge of the public relations to activate the personal communication for improving the image of the institution?
- Is the responsible of the public relations interested about the obstacles that impede the effectiveness of personal communication to improve the image of the institution?

We relied on the study's perspective represented in the functional constructivist theory in addition to the descriptive approach.

Besides, we used the observation and interview tool with the director of the organization and the employees of Mobilis Corporation and its customers as a tool for collecting data.

In addition, we relied on a questionnaire that is used as a tool for collecting data on a sample of 100 individuals.

As a result, through this study, we found that the effectiveness of the personal communication with the responsible of the public relations contributed a lot to improving the image of the institution.

Key words:

The effectiveness of the personal communication, the responsible of the public relations, the mental image, the service organization, the external audience.

Résumé de l'étude:

Dans notre sujet, nous avons discuté de l'efficacité de la communication personnelle avec le responsable des relations publiques pour améliorer l'image mentale de Mobilis Corporation, en plus des méthodes utilisées par l'institution pour activer la communication personnelle afin d'améliorer son image et fidéliser les clients, et cela repose sur la question principale:

- L'efficacité de la communication personnelle avec le responsable des relations publiques contribue-t-elle à améliorer l'image de l'organisation de services?

Cette question principale comprenait les sous-questions suivantes:

- La personne en charge des relations publiques est-elle intéressée à activer la communication personnelle afin d'améliorer l'image de l'institution?
- Quelles sont les méthodes du chargé de relations publiques pour activer la communication personnelle afin d'améliorer l'image de l'institution?
- Le responsable des relations publiques se soucie-t-il des obstacles qui entravent l'efficacité de la communication personnelle pour améliorer l'image de l'institution ?

Et nous nous sommes appuyés sur la perspective de l'étude représentée dans la théorie constructiviste fonctionnelle en plus de l'approche descriptive?

Nous avons également utilisé l'outil d'observation et d'entretien avec le directeur de l'organisation et les employés de Mobilis Corporation et ses clients comme outil pour toutes les preuves, en plus du questionnaire comme outil de base et il comprenait l'échantillon intentionnel composé de 100 items La Corporation Mobilis attache une grande importance à activer la communication personnelle de manière à améliorer l'image de l'institution.

les mots clés: L'efficacité de la communication personnelle, Directeur des relations generales, l'image mentale, l'institution de service, le public externe.