

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري
القسم: الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

دور الاشهار الالكتروني عبر الفيسبوك في الترويج للسياحة المحلية
"دراسة ميدانية بوكالة نوميديا بولاية قسنطينة"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

د/ حسان حجاج

اعداد الطالبان:

✓ المجادي عفاف

✓ بلونيس شيماء

دورة جوان : 2021/ 2020

الفهرس:

رقم الصفحة	المحتوى
	الشكر والعرفان
أ	الفهرس
ج	فهرس الجداول
01	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
06	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة.....
06	المطلب الأول: إشكالية الدراسة.....
10	المطلب الثاني: منظور الدراسة
14	المطلب الثالث: الدراسات السابقة
19	المطلب الرابع: مفاهيم الدراسة
25	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
25	المطلب الأول: مجالات الدراسة
26	المطلب الثاني: مجتمع الدراسة
28	المطلب الثالث: منهج الدراسة
29	المطلب الرابع: أدوات الدراسة
الفصل الثاني: الاشهار الالكتروني والترويج للسياحة الداخلية	
35	المبحث الأول: الاشهار الالكتروني
35	المطلب الأول: نشأة الاشهار الالكتروني
37	المطلب الثاني: خصائص واهداف الاشهار الالكتروني.....
39	المطلب الثالث: انواع الاشهار الالكتروني
42	المطلب الرابع: دعائم الاشهار الالكتروني
45	المطلب الخامس: عوامل نجاح الاشهار الالكتروني.....
48	المطلب السادس: مكونات العملية الاشهارية عبر شبكة الانترنت.....
49	المطلب السابع: متطلبات الاشهار الالكتروني وطرق قياسه
51	المطلب الثامن: ابرز الفروقات بين الاشهار التقليدي والالكتروني
53	المطلب التاسع: مزايا وعيوب الاشهار الالكتروني.....

55	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي
55	المطلب الاول:تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
56	المطلب الثاني:نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....
58	المطلب الثالث:خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....
59	المطلب الرابع:اهم مواقع التواصل الاجتماعي.....
64	المطلب الخامس: مكونات مواقع التواصل الاجتماعي.....
65	المطلب السادس: اشكال مواقع التواصل الاجتماعي.....
66	المطلب السابع :اهمية مواقع التواصل الاجتماعي.....
68	المطلب الثامن:مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي.....
70	المبحث الثالث:السياحة الداخلية.....
70	المطلب الاول :نشأة السياحة.....
72	المطلب الثاني: انواع السياحة.....
75	المطلب الثالث: خصائص السياحة واركانها.....
77	المطلب الرابع : دوافع السياحة واهميتها
80	المطلب الخامس: تاريخ السياحة في الجزائر
82	المطلب السادس : الامكانيات السياحية في الجزائر.....
85	المطلب السابع: معوقات السياحة في الجزائر.....
87	المطلب الثامن: العلاقة بين السياحة والاشهار الالكتروني.....
الفصل الثالث :الدراسة الميدانية	
91	المعالجة البيانية للدراسة
109	نتائج الدراسة
112	خاتمة
114	توصيات واقتراحات
115	افاق الدراسة
116	قائمة المراجع
123	الملاحق

الملخص:

تطرقت الدراسة إلى موضوع دور الاشهار الالكتروني عبر الفايسبوك في الترويج السياحي المحلي في وكالة نوميديا بولاية قسنطينة، من أجل الوصول إلى نتائج واقتراح حلول لتعزيز الاشهار الالكتروني كأداة ترويجية حديثة تستخدمها المؤسسات السياحية للترويج السياحي المحلي، قمنا باستخدام منهج التحليل الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبيان والمقابلة من اجل جمع البيانات اللازمة ، حيث تضمن الاستبيان ستة عشر (16) سؤال موزعين على ثلاثة (03) محاور، وتم توزيع الاستمارة على مجتمع الدراسة وهي عبارة عن موظفي الاتصال والتسويق التابعين لوكالة نوميديا محل الدراسة.

تم الاعتماد في انجاز هذه الدراسة على منظور البنائية الوظيفي وأهم ما تم التوصل اليه من خلال الدراسة الميدانية أن الاشهار الالكتروني له دور كبير في الترويج للسياحة المحلية عبر موقع الفايسبوك، الذي يتمثل في التعريف بخدمات المؤسسة والترويج لها، وتحقيق زيادة الاقبال عليها، من أجل تعزيز علاقتها بالجمهور الداخلي وتحسين صورتها على المستوى الداخلي ولخارجي.

الكلمات المفتاحية: الاشهار الالكتروني - الفايسبوك - الترويج السياحي - السياحة الداخلية.

Résumé:

L'étude a abordé le thème du rôle de la publicité électronique via Facebook dans la promotion des touristes locaux à l'agence de tourisme Noumidia dans l'état de Constantine, afin d'atteindre des résultats et de proposer des solutions pour améliorer la publicité électronique en tant qu'outil promotionnel moderne utilisé par les institutions touristiques. pour promouvoir le tourisme local, nous avons utilisé la méthode d'analyse descriptive basée sur le questionnaire et l'entretien. Afin de collecter les données nécessaires, le questionnaire comportait seize (16) questions réparties sur trois axes, et le formulaire a été distribué à l'échantillon de l'étude, qui est les employés de l'établissement à l'étude. La réalisation de cette étude était basée sur la perspective du constructivisme fonctionnel, et la conclusion la plus importante de l'étude de terrain est que la publicité électronique a un rôle majeur dans la promotion du tourisme local, en particulier via Facebook, qui est représenté dans l'introduction et la promotion des services de l'institution, et obtenir une augmentation de sa demande, afin de promouvoir sa relation avec le public interne et l'amélioration de son image aux niveaux interne et externe.