

الجامعة قسنطينة 3
كلية الإعلام و الاتصال و السمعي البصري
قسم العلاقات العامة

تخصص اتصال و علاقات عامة

دليل مقابلة حول:

دور الاتصال التسويقي في تحسين خدمات المؤسسة المينائية

من إشراف الأستاذ
حجاج حسان

من إعداد الطلبة:
حمودي نصيرة
كريد مصطفى

السنة الجامعية: 2014/2013

فهرس المحتويات

4-1.....مقدمة.

الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها النظري

أولاً/ إشكالية الدراسة

4.....1- الإشكالية.

6.....2- أهمية الدراسة.

6.....3- أسباب الدراسة.

6.....3-1- الأسباب الذاتية.

7.....3-2- الأسباب الموضوعية.

7.....4- أهداف الدراسة.

8.....5- الدراسات المشابهة.

8.....5-1- الدراسة الاولى.

11.....5-2- الدراسة الثانية.

12.....5-3- الدراسة الثالثة.

14.....6- الفرضيات.

15.....7- تحديد المفاهيم.

15.....7-1- الاتصال.

15.....7-2- التسويق.

16.....7-3- المؤسسة.

16.....7-4- الخدمة.

16.....7-5- الاتصالات التسويقية.

8- الإطار النظري للدراسة.....16

8-1- النظرية الوظيفية.....17

8-2- تعريف النظرية الوظيفية.....18

ثانيا / الإجراءات المنهجية للدراسة.

1- مجال الدراسة.....21

1-1-المجال المكاني.....21

1-2- المجال الزمني.....22

2- منهج البحث.....22

2-1- المنهج.....22

3- مجتمع البحث و اختيار العينة.....23

4- أدوات جمع البيانات.....23

4-1- الاستبيان.....23

4-2- المقابلة.....24

4-3- الملاحظة.....25

الفصل الثاني / الاتصال و الاتصال المؤسساتي و التسويق

1- الاتصال.....27

1-1- تعريف الاتصال.....27

1-2- أنواع الاتصال.....29

1-3- أهمية الاتصال.....36

2- الاتصال المؤسساتي.....38

2-1- تعريف الاتصال المؤسساتي.....38

2-2- أهمية الاتصال المؤسساتي.....38

- 39.....3-2- أنواع الاتصال المؤسساتي
- 41.....4-2- أشكال الاتصال المؤسساتي
- 42.....5-2- معوقات الاتصال المؤسساتي
- 43.....3- التسويق
- 43.....3-1- تعريف التسويق
- 44.....3-2- مراحل تطور مفهوم التسويق
- 47.....3-3- المزيج التسويقي
- 50.....4-3- أهمية التسويق
- 51.....5-3- خصائص التسويق

الفصل الثالث / الاتصالات التسويقية

- 54.....1- ماهية الاتصالات التسويقية
- 54.....1-1- مفهوم الاتصال التسويقي
- 56.....1-2- نموذج الاتصال التسويقي
- 59.....1-3- وسائل الاتصال التسويقي
- 61.....1-4- استراتيجيات الاتصال التسويقي
- 63.....1-5- مراحل الاتصال التسويقي
- 66.....2- الاتصالات التسويقية أنواعها و عوائقها
- 66.....2-1- أنواع الاتصال التسويقي
- 67.....2-2- عوائق الاتصال التسويقي
- 68.....2-3- ميزانية الاتصال التسويقي
- 70.....2-4- الأهداف الإستراتيجية للاتصالات التسويقية

الفصل الرابع / فعالية الاتصالات التسويقية في تحسين الخدمات.

- 76.....1- الاتصالات التسويقية في مجال الخدمات
- 76.....1-1- الاتصالات التسويقية في المؤسسة
- 77.....1-2- صعوبة الاتصال في الخدمات

- 1-3- جوانب العلاقات الاتصالية في الخدمات.....79
- 2- المزيج التسويقي و تحسين فعاليته في مجال الخدمات.....80
- 2-1- مفهوم الفعالية.....80
- 2-2- الإشهار و تحسين فعاليته في الخدمات.....83
- 2-3- العلاقات العامة و فعاليتها في الخدمات.....87
- 2-4- ترويج المبيعات و فعاليته في الخدمات.....87
- 2-5- البيع الشخصي و فعاليته في الخدمات.....90

الفصل الخامس / المؤسسة المينائية:

- 1- ماهية المؤسسة المينائية.....93
- 1-1- نظرة تاريخية للمجمع المينائي لسكيدة.....93
- 1-2- تعريف المؤسسة المينائية لسكيدة.....95
- 1-3- نظرة مختصرة عن الميناء.....97
- 2- بنية المؤسسة المينائية.....101
- 2-1- الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية EPS.....102
- 3- أهداف و وظائف و مكانة المؤسسة المينائية لسكيدة.....106
- 3-1- أهداف المؤسسة المينائية لسكيدة.....106
- 3-2- وظائف المؤسسة المينائية لسكيدة.....106
- 3-3- مكانة المؤسسة المينائية لسكيدة.....107
- 4- واقع الاتصال في المؤسسة المينائية.....107
- 4-1- الاتصال في المؤسسة EPS.....107
- 4-2- أشكال الاتصال في المؤسسة EPS.....108
- 4-3- مراحل العملية الاتصالية في المؤسسة.....109
- 4-4- وسائل العملية الاتصالية في المؤسسة.....109

- 5- الاتصال التسويقي في المؤسسة المينائية لسكيدة EPS.....110
- 5-1- المزيج الاتصالي التسويقي للمؤسسة المينائية.....111
- 6- الاتصال التسويقي و الخدمة في المؤسسة المينائية.....117
- 6-1- أهمية الاتصال التسويقي في المؤسسة المينائية.....119
- 6-2- مراحل عملية الاتصال التسويقي في المؤسسة المينائية.....119
- 6-3- الصعوبات التي تواجه العمل التسويقي في المؤسسة المينائية.....119

الفصل السادس/ التحليل الكمي و الكيفي لاستمارة الاستبيان:

- 1- تحليل و تفسير البيانات الأولية.....120
- 1-1- تحليل الاستمارة.....120
- 2- نتائج الدراسة.....146
- 2-1- النتائج على ضوء الفرضيات.....146
- 2-2- النتائج العامة.....147

خاتمة.

المراجع.

الملاحق.

الملخصات.