

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة-3-



كلية علوم الاعلام و الاتصال و السمعي بصري
قسم الاتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال و علاقات عامة

الشعبة : علوم الاعلام و الاتصال

دور الاتصال المؤسسي في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية
دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية لعتاد الاشغال العمومية عين سمارة -
قسنطينة

اعداد الطالبات:

اشراف: أ.د./

الطاهر أجعيم

➤ قايمي ريان

➤ قرباش شيماء

➤ مزياي بئينة

السنة الجامعية: 2022/2021

ملخص الدراسة :

تتناول هذه الدراسة دور الاتصال المؤسسي في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية ، دراسة بالمؤسسة الوطنية لعتاد الاشغال العمومية عين سمارة -قسنطينة -وتهدف هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي يلعبه الاتصال المؤسسي في تحسين صورة المؤسسة الوطنية لعتاد الاشغال العمومية من خلال التعرف على نظرة الجمهور الخارجي نحو الخدمات والعروض والمنتجات التي تقدمها المؤسسة وهذا بغية الاحاطة بواقع الموضوع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية مع الوقوف على طبيعة الصعوبات التي تعرقل الجمهور الخارجي باعتباره عنصر اساسي في نجاح اي مؤسسة الذي يعتبر المستفيد من انتاج هذه المؤسسة وهو الذي يجعلها تستمر او تتوقف حسب درجة اقباله على انتاجها. وانطلقت الدراسة من تساؤل مركزي مفاده:ماهو دور الاتصال المؤسسي في تحسين صورة المؤسسة الوطنية لعتاد الاشغال العمومية ؟ ولقد اعتمدت الدراسة على ثلاث فرضيات، وفي محاولة لمعالجة الاشكال المطروح تم الاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره الاقرب لطبيعة الدراسة حيث يقوم بالربط بين متغيرات الدراسة بغية الوصول الى نتائج يمكن تعميمها واعتمدنا على استمارة استبيان كاداة اساسية موجهة نحو الجمهور الخارجي للمؤسسة حيث تم الاعتماد على طريقة المعاينة الحصصية وهذا راجع لعدم قدرتنا لدراسة جمهور واسع وكبير ولايمكن تحديده ،وبلغ عدد عينة الدراسة (75)مفردة .ومن أهم نتائج الدراسة نجد : ان الهاتف و الايميل من اكثر الوسائل استخداما في المؤسسة نظرا لميزاتها المتعددة ،و يعتبر الهاتف من اهم الوسائل المفضلة لدى الجمهور لانه يساهم في نقل المعلومات في اسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة،للاتصال المؤسسي دور أساسي في تحسين صورة المؤسسة و هذا عن طريق الوسائل التي تستعملها المؤسسة في التعريف بخدماتها ومنتجاتها،تتمثل الصعوبات التي تواجه الجمهور الخارجي في اتصاله بالمؤسسة في قلة وسائل الاتصال وعدم استخدام المؤسسة الوطنية لعتاد الاشغال العمومية لوسائل التواصل الاجتماعي للتواصل وعرض منتجاتها

Abstract

The study talks about the role of the institutional communication in enhancing the economic institution's picture. A study in the National Corporation for the Equipment of public Works ; Ain Smara ,Constantine that aims to know the function of the institutional communication in enhancing its picture. It did that through identifying the view of the outside audience to words services , offers and products, the institution gives. This was to highlight the reality of the Mattev in the Algeria economic institutions .in addition , it identifies the natuve of hardships that obstacle the ovtside audience since it is cosidered a crucial componant in the success of any institution.

In an attenpt to address the problem at hand , the descriptive method was used since it is the clobset to nature of the study .the method Links the study variables in or der to reach to findings that can be generalized .we relied on a questionnaire as a basic tool divected to words the external audience of institution . The quota method was relied upon due to our inability to study a bigger and larger audience that can not be identified .the number of the study sample reaehed 75 member.

The most important results of the study :

_The phone and the email are the widely used means in the institution given its numerous advantages. The phone is consideved one of the audience's favourite means because it contribute to trasfering information in a short Time and at the lowesteost .

_ the institutional communication has a main role in improving the institution's picture through the means the institution use in introducing it's offers and products .

_ the hardships that the external audience go through to connect with the institution is the lack of means of communication and the absence of the National Corporation for the Equipment of Puplic works from social media and introducing its products.

فهرس المحتويات

الرقم	العنوان	الصفحة
	شكر و عرفان	-
	ملخص الدراسة	-
	مقدمة	9
الفصل الاول :موضوع الدراسة و اطارها المنهجي		
أولا : موضوع الدراسة		
1	اشكالية الدراسة	12
2	فرضيات الدراسة	13
3	أهمية الدراسة و أسباب اختيار الموضوع	14
4	أهداف الدراسة	15
5	الدراسات السابقة	15
6	منظور الدراسة	19
7	المفاهيم الاساسية للدراسة	22
ثانيا :الاطار المنهجي للدراسة		
1	مجالات الدراسة	26
2	عينة الدراسة و طريقة اختيارها	28
3	منهج الدراسة	29
4	أدوات جمع البيانات	30
الفصل الثاني : الاتصال المؤسساتي و بناء الصورة		
اولا : الاتصال المؤسساتي		
1	التطور التاريخي	35
2	اهداف الاتصال المؤسساتي	36
3	انواع الاتصال المؤسساتي	37
4	وسائل الاتصال المؤسساتي	39

43	أهمية الاتصال المؤسسي	5
43	شروط نجاح الاتصال المؤسسي	6
45	معوقات الاتصال المؤسسي	7
ثانيا : الصورة الذهنية		
46	خصائص الصورة الذهنية	1
47	انواع الصورة الذهنية	2
52	ابعاد الصورة الذهنية	3
53	اهمية الصورة الذهنية	4
55	العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي	5
ثالثا : المؤسسة الاقتصادية		
61	خصائص المؤسسة الاقتصادية	1
62	اهداف المؤسسة الاقتصادية	2
63	وظائف المؤسسة الاقتصادية	3
66	تصنيفات المؤسسات الاقتصادية	4
67	مكونات محيط المؤسسة الاقتصادية	5
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية		
72	اولا : تحليل و تفسير البيانات	
72	1 تحليل و تفسير البيانات الشخصية (خصائص العينة)	
76	2 تحليل و تفسير البيانات المتعلقة باستخدام المؤسسة للوسائل الاتصالية	
81	3 تحليل و تفسير البيانات المتعلقة باعتماد المؤسسة على الاتصال المؤسسي في تحسين صورتها لدى جماهيرها الخارجية	
88	4 : تحليل وتفسير البيانات المتعلقة باهم الصعوبات الاتصالية والجغرافية التي تواجه الجمهور الخارجي	
95	ثانيا :نتائج الدراسة	
95	النتائج العامة	1

98	خاتمة	2
101	قائمة المراجع	4
107	قائمة الملاحق	5