

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر 03



كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الإتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

الإتصال الإقناعي ودوره في التسويق للمشاريع الناشئة

-مؤسسة Eco technology أنموذجا-

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

بن غضبان سمية

إعداد الطلبة:

بوشمة خديجة

بلعباس أحلام عبير

جوي نجود

السنة الجامعية: 2020-2021

دورة جوان

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	شكر وتقدير.
	إهداء
	إهداء
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	مقدمة
	الفصل المنهجي: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية.
06	أولاً: موضوع الدراسة.
06	1-الإشكالية.
09	2-أسباب إختيار الموضوع.
09	3-أهداف الدراسة.
10	4-أهمية الدراسة.
10	5-فرضيات الدراسة.
12	6-مفاهيم الدراسة.
22	7-منظور الدراسة.
32	8-الدراسات السابقة.
40	ثانياً: الإطار المنهجي.
40	1-مجالات الدراسة.
41	2-منهج الدراسة.
42	3-مجتمع الدراسة والعينة.
43	4-أدوات جمع البيانات.
	الفصل النظري: الإتصال الإقناعي وتسويق المشاريع الناشئة.

49	المبحث الأول: الإتصال الإقناعي.
51	أولاً: الإقناع.
53	1-أنواع الإقناع.
55	2-مبادئ وأسس الإقناع.
57	3-آليات الإقناع.
58	4-طرق الإقناع.
58	5-الدعائم الأساسية للإقناع.
60	6-أهداف الإقناع.
61	7-عوامل نجاح الإقناع.
62	8-عوائق الإقناع.
64	ثانياً: العملية الإتصالية الإقناعية.
66	1-علاقة الإقناع بالإتصال.
68	2-مراحل العملية الإتصالية الإقناعية.
69	3-خصائص العملية الإتصالية الإقناعية.
69	4-أساليب العملية الإتصالية الإقناعية.
78	5-أنماط العملية الإتصالية الإقناعية.
79	6-الإستمالات في العملية الإتصالية الإقناعية.
81	7-إستراتيجيات العملية الإتصالية الإقناعية.
85	8-أهمية العملية الإتصالية الإقناعية.
87	المبحث الثاني: تسويق المشاريع الناشئة.
90	أولاً:المشاريع الناشئة.
92	1-دورة حياة المشروع.
94	2-خصائص المشروع.
95	3-خطة المشروع وخطواته.
104	4-العناصر الأساسية لإقامة المشروع ومهارات إدارته.

108	5-فكرة المشروع والبيئة المحفزة له.
112	6-أهداف المشاريع.
115	7-الإحتياجات الفنية لأصحاب المشاريع الناشئة وهياكل دعم هذه المشاريع.
119	8-أسباب فشل المشاريع.
121	ثانيا: كيفية التسويق للمشروع الناشئ.
123	1-نظم معلومات التسويق وأداء المشاريع.
124	2-الدراسة التفصيلية للمشروع.
126	3-مصادر التمويل الإستثماري وتكاليف المشروع.
130	4-تطوير إمكانيات وفرص المشروع.
140	5-بناء إستراتيجية تسويقية ناجحة للمشاريع وتأثير الإستراتيجيات التسويقية التنافسية على أداء المشاريع.
158	6-الإتصالات التسويقية المتكاملة للمشاريع.
169	7-دور التوجه الريادي وصاحب المشروع الناشئ في التسويق له.
170	8-عوائق تطبيق المفهوم التسويقي في المشاريع الناشئة.
171	الفصل الميداني: تفرغ البيانات الميدانية والتعليق عليها.
173	أولاً: عرض تحليل ونتائج المقابلة على ضوء الفرضيات.
173	1-عرض تحليل المقابلة.
179	2-عرض نتائج المقابلة على ضوء الفرضيات.
182	ثانيا: عرض تحليل ونتائج الإستبيان على ضوء الفرضيات.
182	1-عرض تحليل الإستبيان.
230	2-عرض نتائج الإستبيان على ضوء الفرضيات.
234	ثالثاً: عرض النتائج العامة للدراسة.
236	صعوبات الدراسة.
237	توصيات الدراسة.
240	خاتمة.

	ملاحق
	قائمة المصادر والمراجع
	ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

الإتصال الإقناعي ودوره في التسويق للمشاريع الناشئة: -مؤسسة **Eco technology** أنموذجاً-

تعالج هذه الدراسة إشكالية الإتصال الإقناعي ودوره في التسويق للمشاريع الناشئة وإنطلقت من التساؤل الرئيسي الآتي: ما الدور الذي يؤديه الإتصال الإقناعي لمؤسسة **Eco technology** في التسويق لمشروعها الناشئ؟.

وتضمنت هذه الدراسة ثلاث فرضيات وهي:

1-يعتمد الإتصال الإقناعي لمؤسسة **Eco technology** على العديد من الأساليب لإبراز دوافع إقتناء منتجاتها للتسويق لمشروعها الناشئ.

2-يعتمد الإتصال الإقناعي لمؤسسة **Eco technology** على عدة أنواع من الإقناع لسد حاجات ورغبات الجمهور حتى تسوق لمشروعها الناشئ.

3-يعتمد الإتصال الإقناعي لمؤسسة **Eco technology** على العديد من الوسائل لإيصال التأثيرات المطلوبة وتحقيق النتائج في تسويق مشروعها الناشئ.

أما عن منظور الدراسة فتعتمد الدراسة على ثلاث نظريات أساسية وهي النظرية الوظيفية، نظرية إنتشار المبتكرات ونظريات الإقناع. أما المنهج الدراسي هو المنهج الوصفي، مع عينة البحث والتي هي عينة حصصية قصدية قوامها 50 مفردة، وبعد كل هذه الدراسة توصلنا إلى العديد من النتائج أهمها:

-أهم الأساليب الإقناعية التي تستخدمها **Eco technology** لتسوق لمشروعها الناشئ هي الحجج العلمية، الإستشهاد، التكرار ووضوح اللغة.

-تعتبر الميزات المرافقة للأجهزة الوقائية المتمثلة في خدمة التركيب، خدمة التوصيل، السعر، وخدمة الإصلاحات دوافع لإقتناء أجهزة المؤسسة الناشئة.

-تؤدي أنواع الإتصال الإقناعي دور في إستهداف حاجات ورغبات المجتمع من أجل تحقيقها.

-تقوم مؤسسة **Eco technology** بإيصال التأثيرات المطلوبة بواسطة وسائل إقناعية محددة.

-إن نجاح أي مشروع ناشئ لا يقوم فقط على الفكرة وإنما يقوم على شبكة إتصالات إقناعية تبرز الفكرة.

الكلمات المفتاحية: الإتصال الإقناعي، الدور، التسويق، المؤسسات الناشئة، المشاريع الناشئة.

Summary

Persuasive communication and its role in marketing for start-up projects -Eco technology start-up foundation as a model -

This study treats the problem of persuasive communication and its role in marketing for start-up projects, and it started from the following main question: What is the role of persuasive communication in marketing for start-up projects ?

This study included three hypotheses:

1-The persuasive communication of Eco technology start-up foundation depends on many methods in order to highlight the motives for acquiring its products and to market its start-up project.

2-The persuasive communication of Eco technology start-up foundation depends on several types of persuasion to meet the needs and desires of the public in order to market its start-up project.

3-The persuasive communication of Eco technology start-up foundation depends on many tools to reach the required effects and to achieve findings in the marketing of its start-up project.

Concerning the study perspectives, it relies on three basic theories which are the functional theory, diffusion of innovation theory, and theories of persuasion. for the syllabus, it is the descriptive one, with the research sample, which is an intentional quota sample consisting of 50 individuals.

After all this study, we reached many results, the most important ones :are

-The most important persuasive techniques that Eco technology start-up foundation uses to market its start-up project are: scientific arguments, citation, repetition and clarity of language.

-Features that are associated to protective devices such as : installation service, delivery service, price, and repair service, Are motives for acquiring the equipment of the start-up foundation.

-The types of persuasive communication play a role in targeting the needs and desires of society in order to achieve them.

-The Eco technology start-up foundation reaches the required effects by specific persuasive means.

-The success of any start-up project is not based only on the idea, but rather on a persuasive communication network that highlights the idea.

Keywords: persuasive communication, role, marketing, emerging institutions , start-up project.