

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

كلية علوم الإعلام و الإتصال و السمعي بصري

قسم العلاقات العامة

الرقم التسلسلي...../...

دور العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة سونا طراك بعد أزمة
تيفتورين

دراسة ميدانية بمركب تمييع الغاز الطبيعي GL1 K سونا طراك -سكيدة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال: تخصص اتصال و علاقات عامة

إعداد الطلبة:

➤ شكاط مهدي

➤ بولعبايز أسامة

إشراف:

د/ بن لطرش ليلي

لجنة المناقشة:

1-أ/حجاج حسان

2-د/بن لطرش ليلي
مقررة

3- أ/بن غضبان سمية

تاريخ المناقشة: جوان 2014

رئيسا جامعة قسنطينة 3

مشرفة و جامعة قسنطينة 3

عضوا جامعة قسنطينة 3

السنة الجامعية: 2014/2013

الشكر

01	المقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة
05	أولاً: الإشكالية
09	1- الدراسات السابقة
12	2- أهداف الدراسة
12	3- التساؤلات
13	2- تحديد المفاهيم
17	3- أهمية المشكلة و أسباب اختيارها
	ثانياً: الإطار المنهجي.
17	1- منهج الدراسة
19	2- أدوات جمع البيانات
23	3- مجالات الدراسة
26	4- عينة البحث
27	5- صعوبات الدراسة
	ثالثاً: الإطار النظري للدراسة.
29	1- الإتصال التنظيمي و العلاقات العامة
29	2- نظريات الإتصال التنظيمي كنموذج ارشادي للدراسة
30	3- تعريف الاتصال التنظيمي
30	4- أنواع الاتصال التنظيمي
33	5- وظائف الاتصال التنظيمي

2- نظريات الاتصال الإقناعي.....36

الفصل الثاني: العلاقات العامة

تمهيد.....39

المبحث الأول: العلاقات العامة وأهميتها

1- تعريف العلاقات العامة.....40

2- نشأة و تطور العلاقات العامة.....42

3- خصائص العلاقات العامة.....44

4- دوافع الاهتمام بالعلاقات العامة.....45

5- أهداف العلاقات العامة.....46

6- أهمية العلاقات العامة.....48

المبحث الثاني: مبادئ العلاقات العامة ودعائمها.

1- مبادئ العلاقات العامة.....50

2- وظائف العلاقات العامة.....52

3- جمهور العلاقات العامة.....54

4- مؤهلات المشتغلين في العلاقات العامة.....56

5- وسائل اتصال العلاقات العامة.....57

خاتمة الفصل.....62

الفصل الثالث: صورة المؤسسة الاقتصادية

تمهيد الفصل.....65

المبحث الأول: المؤسسة الاقتصادية

1- مفهوم المؤسسة الاقتصادية.....66

- 2- خصائص المؤسسة الاقتصادية.....66
- 3- مستويات المؤسسة الاقتصادية.....68
- 4- أنواع المؤسسة الاقتصادية.....69
- 5- أهداف المؤسسة الاقتصادية.....71
- المبحث الثاني: صورة المؤسسة .
- 1- تعريف صورة المؤسسة73
- 2- مكونات صورة المؤسسة74
- 3- خصائص صورة المؤسسة.....80
- 4- أهمية صورة المؤسسة82
- 5- أنواع صورة المؤسسة.....83
- الشروط الواجب توفرها لتكون الصورة جيدة.....87
- 89.....خلاصة الفصل
- الفصل الرابع: دور أجهزة العلاقات العامة في تحسين صورة شركة سوناطراك بعد أزمة تيغنتورين.
- 93.....معالجة البيانات الكيفية وتحليلها
- 134.....نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
- 138.....نتائج عامة
-الخاتمة