

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



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري  
قسم الاتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة ماستر

التخصص: علاقات

شعبة: علوم الإنسانية  
عامة

العنوان:

دور القائم بالاتصال و العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء و الغاز للشرق

- وكالة قسنطينة أنموذجا -

تحت إشراف:

\*بوعناقة سفيان

أستاذ مساعد أ

مقدمة من طرف الطالبان:

\*بن زعدة إبراهيم

\*رباحي محمد البشير

السنة الجامعية: 2016/2015

دورة جوان

## الفهرس

الصفحة	الموضوع
5	خطة الدراسة
9	المقدمة
11	الفصل الأول: الإطار المنهجي
12	1-الإشكالية
14	2-التساؤلات
15	3- الفرضيات
15	4-أسباب اختيار الموضوع
16	5- أهداف الدراسة
16	6-أهمية الدراسة
17	7-نوع الدراسة و منهجها
18	8- أدوات جمع البيانات
19	9-مجال الدراسة(مجتمع البحث و عينة الدراسة)
20	10-الدراسات السابقة
21	11-تحديد المفاهيم و المصطلحات
28	الفصل الثاني: مكانة القائم بالاتصال و العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
29	1- خصائص و مهام القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
31	2- مكانة القائم بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاقتصادية
33	3- المشكلات التي يعاني منها القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
39	الفصل الثالث: العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
40	1- تنظيم وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
44	2- طرق ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية

48	3- العوامل المؤثرة في فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
51	4- الاتصال الفعال للعلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية
57	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية و نتائجها
58	1- عرض و تحليل البيانات
73	2- عرض النتائج العامة للدراسة
73	3- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
75	4- التوصيات و المقترحات
76	الخاتمة
77	قائمة المراجع
81	الملاحق

## المخلص:

يمثل النصف الثاني من القرن العشرين نقطة تحول كبرى في شتى المجالات، خاصة منها الاقتصادية، حيث عرفت المنظمات و المؤسسات تغيرات كبرى، ترجع بالأساس إلى تغير النظام الاقتصادي الذي كان سائدا حينها، و الذي أثر بشكل ملحوظ في وعي الجماهير و توجهاتها لتحقيق أهدافها. لذا كان لزاما وجود الاتصال و العلاقات العامة كعامل مساعد للمنظمات و المؤسسات في التعامل مع جمهورها خاصة الداخلي و محاولة كسب رضاه و ثقته و دعمه لها خاصة أوقات الأزمات. لذا يسعى رجل العلاقات العامة إلى إتباع كافة الأساليب التي تساعد على أداء مهامهم بشكل أفضل و كذا توفير الجو النفسي المريح للجمهور الداخلي ليفجر كامل طاقاته في العمل و بالتالي ضمان استمرارية المؤسسة و تحقيقها لأهدافها.

**الكلمات المفتاحية:** الدور - القائم بالاتصال-العلاقات العامة-الجمهور الداخلي- المؤسسة الاقتصادية.

## Abstract:

The second half of twentieth century represents a big turning point in several domains, especially in economics in which the organizations and enterprises have been subject to big changes basically due to the change of economical system at that period which remarkably influenced in peoples' consciousness and orientations to achieve their goals. Therefore, it was a necessity the existence of the communication and public relations to help the organizations and enterprises in dealing with its public (clients) especially the internal one and work for winning its satisfaction, confidence and support especially in crises time. That is why public relations men follow all the methods that helps them improving their performance and creates a comfortable atmosphere for internal public to make them give their best at work which guarantees the continuation of the enterprise and the achievement of its goals.

**Key words:** Role- the responsible of communication- public relations- economical enterprise.