

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة



كلية: الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم: الاتصال ولعلاقات العامة

تخصص: علاقات عامة

الرقم التسلسلي:/.....

استخدام الموقع الإلكتروني في تسويق خدمات المؤسسة

دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر - ولاية قسنطينة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

د بولحية سليم

إعداد الطالبين:

بوخزر ربيعة

مسهل أميرة

السنة الجامعية: 2015/2016

دورة جوان

فهرس المحتويات

مقدمة:.....أ

الفصل الأول : الإشكالية و الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- تحديد مشكلة الدراسةص14
- 2- أهمية الموضوع.....ص16
- 3- أسباب اختيار الموضوع.....ص16
- 4- أهداف الدراسةص17
- 5- الدراسات السابقة.....ص17
- 6- فرضيات الدراسةص21
- 7- منظور الدراسةص22
- 8- تحديد المفاهيم.....ص25
- 9- صعوبات الدراسةص28
- 10- منهج الدراسةص28
- 11- مجالات الدراسةص30
- 12- مجتمع البحث و عينة الدراسةص31
- 13- أدوات جمع البيانات.....ص32

الفصل الثاني :الموقع الإلكتروني و تسويق الخدمات

أولا : الأنترنت و المواقع الإلكترونية

- 1-تعريف الأنترنت.....ص38
- 2- نشأة الأنترنت.....ص38
- 3- خصائص الأنترنت.....ص40
- 4- خدمات الأنترنت.....ص42

- 5- تعريف الموقع الإلكتروني.....ص44
- 6- نشأة الموقع الإلكتروني.....ص44
- 7- خصائص و مميزات الموقع الإلكتروني.....ص47
- 8- خطوات تصميم الموقع الإلكتروني.....ص49
- 9- العناصر الرئيسية المكونة للموقع الإلكتروني.....ص50
- 10- قواعد تصميم الموقع الإلكتروني.....ص50
- 11- أنواع المواقع الإلكترونية.....ص51

ثانيا: تسويق الخدمات

- 1- تعريف الخدمة.....ص55
- 2- خصائص الخدمات.....ص55
- 3- أنواع الخدمات.....ص58
- 4- الفرق بين السلع و الخدمات.....ص59
- 5- مفهوم تسويق الخدمات.....ص60
- 6- نشأة تسويق الخدمات.....ص60
- 7- دورة حياة الخدمة.....ص63
- 8- المزيج التسويقي للخدمات.....ص64
- 9- خصائص تسويق الخدمات.....ص66
- 10- أهمية تسويق الخدمات.....ص67
- 11- مشاكل تسويق الخدمات.....ص68

ثالثا: استخدام الموقع الإلكتروني في تسويق خدمات المؤسسة

- 1- الحاجة للمواقع الإلكترونية في مجال تسويق الخدمات.....ص70
- 2- أنواع المؤسسات التي تعتمد على الموقع الإلكتروني في تسويق خدماتها.....ص71
- 3- أنواع المواقع الإلكترونية المستخدمة في مجال تسويق الخدمات.....ص72
- 4- مواصفات الموقع الإلكتروني الجيد الخاص بالمؤسسة.....ص73
- 5- أليات جذب الانتباه للموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة.....ص74

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

- 1- التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر.....ص77
- 2- نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر.....ص77
- 3- خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر.....ص78
- 4- الموقع الإلكتروني للمؤسسة اتصالات الجزائر.....ص80

5- الهيكل التنظيمي للمؤسسة اتصالات الجزائر.....ص81

6- عرض و تحليل بيانات الدراسة الكمية و الكيفية.....ص82

7- عرض نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات.....ص103

8- عرض النتائج العامة للدراسةص106

خاتمة و توصيات

قائمة المراجع

الملاحق

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الموقع الإلكتروني في تسويق الخدمات، وذلك من خلال الكشف عن مساهمة الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر في تسويق خدماتها، وكيفية استخدامه وما مدى فعاليته، حيث انطلقنا في دراستنا من التساؤل الرئيسي التالي: هل يساهم الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر في تسويق خدماتها. حيث اعتمدنا على المنهج المسحي لملائمته لطبيعة الدراسة، مستخدمين عينة قصدية من موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر، الوكالة التجارية علي منجلي قسنطينة، متمثلة في 25 مفردة، واعتمدنا على الملاحظة و المقابلة و الإستمارة لجمع البيانات، وفي الأخير كشفت دراستنا على النتائج التالية:

- تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر على الإعلانات الإلكترونية و الروابط في تسويق خدماتها عبر موقعها الإلكتروني.
- يؤثر الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر في تسويق خدماتها.
- يعتبر الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر أداة فعالة في تسويق خدماتها.

الكلمات المفتاحية: الموقع الإلكتروني، الأنترنت، التسويق، الخدمة، تسويق الخدمات

Cette étude visait à identifier l'utilisation du site Web dans les services de marketing, grâce à la divulgation de la contribution du site de la Fondation Algérie Télécom dans la commercialisation de leurs services, et comment l'utiliser et combien l'efficacité, où nous sommes partis dans notre étude de la question principale suivante: Avez-vous contribuer au site web de la Fondation Algérie Telecom services de marketing. Lorsque nous nous sommes appuyés sur la méthode d'enquête convient à la nature de l'étude, intentionnel de la part des utilisateurs de l'échantillon du personnel de la Fondation Algérie Télécom, agence commerciale Ali Manjali Constantine, représentée dans 25 unique, et nous nous sommes appuyés sur l'observation et l'entrevue et questionnaire pour recueillir des données, et dans ce dernier a révélé une étude sur les résultats suivants:

- Fondation Algérie Telecom repose sur des publicités électroniques et des liens dans la commercialisation de ses services par le biais de son site Web.
- Site Web de l'Algérie Telecom affecte la commercialisation de ses services.
- Site Web de l'Algérie Telecom est un outil efficace dans la commercialisation de ses services.

Les mots clés : le site web, internet, marketing, service, service de marketing