

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: اتصال و علاقات عامة

الشعبة:

تقنيات الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية

دراسة ميدانية بمؤسسة: الجزائرية للمياه "ADE"

تحت إشراف الأستاذة:

مفيدة طائر

من إعداد الطالبتين:

❖ بولمناجل هاجر

❖ خليفي فريال

السنة الجامعية: 2015 / 2016

دورة جوان

فهرس المحتويات:

مقدمة: iii

الفصل الأول: الإطار النظري و المنهجي للدراسة

- 1- تحديد المشكلة.....2
- 2- أهمية الدراسة.....4
- 3- أسباب اختيار الموضوع.....4
- 4- أهداف الدراسة.....5
- 5- الفرضيات.....8
- 6- الدراسات السابقة.....5
- 7- تحديد المفاهيم.....10
- 8- المنهج المستخدم15
- 9- أدوات الدراسة16
- 10- منظور الدراسة.....17

الفصل الثاني: تقنيات الاتصال الحداثي في العلاقات العامة

- 1- العلاقات العامة:.....24
- 1-1 مفهوم العلاقات العامة.....24
- 1-2 وظائف العلاقات العامة.....24
- 1-3 أهداف العلاقات العامة.....24
- 2- صورة المؤسسة:25
- 1-2 مفهوم صورة المؤسسة.....25
- 2-2 أنواع صورة المؤسسة25
- 3-2 مكونات صورة المؤسسة.....26
- 4-2 برامج تكوين صورة المؤسسة.....27
- 3- الاتصال الحداثي:.....31
- 1-3 نشأة الاتصال الحداثي.....31
- 2-3 مفهوم الاتصال الحداثي.....31

32.....	3-3 أشكال الاتصال الحدتي
37.....	4-3 مجالات الاتصال الحدتي
37.....	5-3 أهداف الاتصال الحدتي
39.....	6-3 العناصر المكونة للحدث
40.....	7-3 كيفية إعداد حدث بشكل جيد
40.....	8-3 سلبيات و ايجابيات الاتصال الحدتي

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

45.....	1- مجالات الدراسة:
45.....	1-1 المجال المكاني
52.....	1-2 المجال البشري
54.....	1-3 المجال الزمني
55.....	2- عرض و تحليل البيانات
80.....	3- نتائج الدراسة:
80.....	1-3 النتائج العامة
81.....	2-3 النتائج في ضوء الأهداف
82.....	3-3 النتائج في ضوء الفرضيات
85.....	خاتمة
87.....	قائمة المراجع
91.....	الملاحق

ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع تقنيات الاتصال الحداثي في المؤسسة التجارية، واخترنا كميدان لهذه الدراسة "مؤسسة الجزائرية للمياه " قسنطينة"، حيث سعينا من خلالها إلى الكشف عن كيفية استخدام الاتصال الحداثي من أجل تحسين صورة المؤسسة و الوسائل الحداثية المستخدمة في ذلك بالإضافة إلى التعرف على مكانته في الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة.

وقد اعتمدنا في إجراء هذه الدراسة على النظرية البنائية الوظيفية و منهج دراسة الحالة لأنه يسمح لنا باستخدام العديد من أدوات البحث كالأستمارة، المقابلة و الملاحظة كأدوات لجمع البيانات.

و خلصنا إلى نتيجة مفادها أن اعتماد المؤسسة على الأبواب المفتوحة، و المعارض كوسائل للاتصال الحداثي تساهم بشكل كبير في التعريف بالمؤسسة و خلق سمعة و صورة طيبة عنها

الكلمات المفتاحية:الاتصال الحداثي، الأبواب المفتوحة، المعارض، الصورة و السمعة، الإستراتيجية الاتصالية.

Le résumé :

Dans ce travail nous nous sommes intéressées aux techniques de la communication événementielle dans l'entreprise commerciale et comme un échantillon la société: « l'Algérienne Des Eaux -Constantine ». où nous avons cherché à découvrir le rôle de la communication événementielle pour promouvoir l'image de l'entreprise, et les moyens mis en œuvre, et sa place dans la stratégie de communication de l'entreprise.

Nous avons utilisées dans ce travail, la théorie «fonctionnelle structurelle » et la méthode de « l'étude de cas » qui permet d'utiliser plusieurs outils de recherche comme : le questionnaire, l'entretien, et l'observation.

En conclusion nous avons constaté que la dépendance sur « les portes ouvertes et les foires » comme des techniques événementielle contribuent de manière significative à faire connaître l'entreprise et à la création d'une bonne image et réputation

Mots clé: la communication événementielle/ les portes ouvertes/ les foires/ l'image et la réputation/ la stratégie de communication.