

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3



كلية: علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم: الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

تخصص: علاقات عامة

دور الاتصال الحديث في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية في المؤسسة الاقتصادية الوطنية للأملاح الجزائرية enasel بقسنطينة

تحت إشراف:

أ- بولحية سليم

من إعداد الطلبة:

- غبغب إيمان

- جبروني مونية

السنة الجامعية: 2015/2014

دورة جوان

فهرس المحتويات.

فهرس الأشكال.

فهرس الجداول.

مقدمة..... (أ - ب)

الفصل الأول: الإشكالية الإطار والمنهجي للدراسة.

1-1 - تحديد مشكلة الدراسة (5 - 2)

2-1- أهمية الموضوع..... (6 - 5)

3-1- أسباب إختيار الموضوع..... 6

4-1- أهداف الدراسة 7

5-1- الدراسات السابقة (17 -7)

6-1- فرضيات الدراسة..... 17

7-1- منظور الدراسة (20 - 17)

8-1- تحديد المفاهيم (28 - 20)

9-1- منهج الدراسة 28

10-1- مجالات الدراسة..... (36 - 28)

11-1- عينة الدراسة (37 - 36)

12-1- أدوات جمع البيانات..... (39 -37)

هوامش الفصل (43 -40)

الفصل الثاني: الإتصال الحدتي.

1-2 مفاهيم عامة حول الإتصال الحدتي.

1-1-2 تطور مفهوم الإتصال الحدتي (46 -45)

- 2-1-2- أهداف الاتصال الحداثي.....(47 – 46)
- 2-1-3- وسائل الاتصال الحداثي(61 – 48)
- 2-1-4- المجالات الأساسية للاتصال الحداثي(63 – 62)
- 2-1-5- أنواع الأحداث.....(65 – 63)
- 2-1-6- جمهور الاتصال الحداثي(68 – 65)
- 2-2- مكانة الاتصال الحداثي ضمن الإستراتيجية العامة للمؤسسة. (72 – 69)
- 2-2-1 إستراتيجية الاتصال الحداثي عند إصدار منتج جديد(73 – 72)
- 2-2-2 تحليل الاتصال بواسطة الحدث(77 – 73)
- 2-3- إيجابيات وسلبيات الاتصال الحداثي .

2-3-1 إيجابيات الاتصال الحداثي.....77

2-3-2 سلبيات الاتصال الحداثي.....77

هوامش الفصل(82 -78)

الفصل الثالث: صورة المؤسسة الاقتصادية.

3-1- الصورة الذهنية.

- 3-1-1- أهمية الصورة الذهنية(85 – 84)
- 3-1-2- خصائص الصورة الذهنية(86 – 85)
- 3-1-3- أنواع الصورة الذهنية(88 – 86)
- 3-1-4- العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية(90 – 88)
- 3-1-5- عملية تكوين الصورة الذهنية.....(100 – 90)

3-2-2 - المؤسسة الاقتصادية.

- (101 – 100) خصائص المؤسسة الاقتصادية 1-2-3
- (102 – 101) أهداف المؤسسة الاقتصادية. 2-2-3
- (107 – 103) أنواع المؤسسة الاقتصادية 3-2-3
- (108 – 107) مستويات المؤسسة الاقتصادية 4-2-3
- (109 – 108) 3-3 - الاتصال الحداثي وصورة المؤسسة.
- (110 – 109) 1-3-3 - تمويل النشاطات الرياضية.....
- (111 – 110) 2-3-3 - المشاركة في النشاطات الفنية و الأعمال الخيرية.....
- (114 – 112) هوامش الفصل

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.

- (155 – 116) 1-4- عرض وتحليل البيانات الميدانية
- 2-4 - نتائج الدراسة.
- (156 – 155) 1-2-4- عرض النتائج العامة للدراسة.....
- (159 – 156) 2-2-4- تحليل النتائج في ضوء الفرضيات.....
- 160 هوامش الفصل
- 162 الخاتمة
- (172- 164) قائمة المراجع
- 174 الملاحق

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الاتصال الحدثي في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية الوطنية للأملاح الجزائرية ENASEL لولاية قسنطينة، والوقوف على ما اذا كانت تطبق الاتصال الحدثي وتستخدم وسائله كإستراتيجية تهدف إلى تحسين صورة المؤسسة.

وقد اعتمدنا في إجراء هذه الدراسة الوصفية على المقابلات والاستبيان كأحد التقنيات لجمع المعلومات الأولية ثم تحليلها.

وقد أشارت نتائج هذه الدراسة إلى اعتماد المؤسسة على الرعاية و المعارض كوسائل أساسية من وسائل الاتصال الحدثي التي تساهم بشكل كبير في التعريف بالمؤسسة وخلق صورة طيبة عنها لدى الجمهور الخارجي.

الكلمات المفتاحية : الاتصال الحدثي، الصورة الذهنية، المؤسسة الاقتصادية.

Abstract

The purpose of the research was to investigate the role of event communication toward the improvement of the image of the National Organization for Economic salts Algerian ENASEL the jurisdiction of Constantine, and stand on this organization which was applied the contact event communication as a strategy aimed at improving the image of the institution.

The main method adopted in this study was descriptive method. Interviews and questionnaire as one of the techniques for gathering and initial information is then analyzed.

The results show that insution's sponsorship and Exhibitions and Exhibitions, considered as a key means of event communication which significantly contribute to the definition of the institution and create a good image about the external audience.

Key words: event communication, mental image, economic institution.