

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام و الإتصال و السمعى البصري

قسم العلاقات العامة

الرقم التسلسلي :.....

الرمز:.....

مذكرة ماستر:

التخصص:علاقات عامة

الشعبة:علوم الإعلام و الإتصال

واقع العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية

(دراسة ميدانية بفندقي "حسين و نوفو تيل" في قسنطينة)

تحت إشراف:

أ.د/ بوشوشة حميد

مقدمة من طرف:

- سيفي أمال
- عبد الغاني أمينة.

السنة الجامعية: 2014-2015

دورة:جوان

فهرس الدراسة

الرقم	الفهرس	الصفحة
	دعاء شكر و تقدير الإهداء فهرس الدراسة فهرس الجداول والأشكال	
	مقدمة	أ-ب
الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي 58-19		
01	إشكالية الدراسة	19
02	فرضيات الدراسة	21
03	أهمية و أسباب إختيار الموضوع	22
04	أهداف الدراسة	24
05	منظور الدراسة	24
06	الدراسات السابقة	29
07	تحديد المفاهيم	32
08	مجالات الدراسة	40
09	عينة الدراسة	51
10	منهج الدراسة	53
11	أدوات جمع البيانات	55
الفصل الثاني: العلاقات العامة و المؤسسة السياحية الجزائرية 105-61		
I.	مدخل تحليلي للعلاقات العامة	61-90
01	مفهوم العلاقات العامة	61
02	نشأة و تطور العلاقات العامة	64
03	مبادئ العلاقات العامة	69
04	خصائص العلاقات العامة و أسباب الاهتمام بها	74
05	أهداف و وظائف العلاقات العامة	77

81	جمهور العلاقات العامة	06
84	أنواع العلاقات العامة	07
89	أهمية العلاقات العامة	08
91-105	المؤسسة السياحية الجزائرية	II.
91	مفهوم السياحة	01
92	مفهوم المؤسسة السياحية	02
92	خصائص المؤسسة السياحية	03
94	وظائف المؤسسة السياحية	04
95	تصنيف المؤسسة السياحية	05
99	شروط إستغلال المؤسسة السياحية	06
99	تسيير المؤسسة السياحية	07
101	السياحة و المؤسسة السياحية الجزائرية	08
129-108	الفصل الثالث: ممارسة العلاقات العامة داخل المؤسسة السياحية	
108	موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة	01
110	إدارة العلاقات العامة في المؤسسة السياحية	02
113	تخطيط برامج العلاقات العامة في المؤسسة السياحية	03
116	وسائل العلاقات العامة السياحية	04
123	أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة السياحية	05
128	مؤهلات و مواصفات العاملين في العلاقات العامة السياحية	06
168-132	الفصل الرابع: تحليل البيانات و نتائج الدراسة	
132	تحليل و تفسير البيانات الميدانية	01
167	النتائج العامة للدراسة	02
170	خاتمة الدراسة	
171	قائمة المصادر و المراجع	
177	ملاحق الدراسة	
198	ملخص الدراسة	

المخلص

يفرض واقع العلاقات العامة نفسه ك مجال للدراسة باعتبار العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة. يضمّن نموذج إتصالي فعال و دائم بين المؤسسة و جماهيرها و هذا ما يكسب الثقة بينهما ، فنجاح المؤسسات و على وجه الخصوص المؤسسات السياحية مرتبط بمدى فعالية الجهاز القائم على العلاقات العامة، فهذه الأخيرة تمثل الرابط بين المؤسسة و جماهيرها، و قد ركزت دراستنا هذه على واقع العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية ، بهدف التعرف على الواقع الفعلي التي تستخدمه المؤسسات السياحية الجزائرية من خلال فندي حسين و نوفوتيل بقسنطينة، وهذا ما يمثل المجال المكاني لدراستنا، التي كانت في الفترة الممتدة ما بين شهر نوفمبر 2014 و شهر ماي 2015.

واعتمدنا في دراستنا على نظرية البنائية الوظيفية ، و إستخدمنا المنهج الوصفي الذي يتلائم وطبيعة موضوعنا مستعينين في ذلك بإستمارة الإستبيان و الملاحظة كأدتين لجمع البيانات ، فكانت عينة الدراسة العينة العشوائية الطبقية ، مختارين بذلك 30% من الجمهور الداخلي للفندين و عددهم 71 فردا.

وقد توصلت دراستنا الى نتائج منها على وجه الخصوص :

أن فندي حسين و نوفوتيل يمارسان بعض أنشطة العلاقات العامة ، كما تربط بينهما و بين زوارهما علاقة ثقة عالية، إضافة أنهما يتوفران على إمكانيات مادية و بشرية.

ونتوقع ان تفتح دراستنا هذه آفاق لبحوث أخرى

الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة - المؤسسة السياحية الجزائرية - السياحة - الفنادق - العلاقات العامة السياحية - رجل العلاقات العامة.

Résumé

La réalité de la relation publique s'impose comme domaine d'étude. car elles sont l'une des fonction principales de l'administration moderne qui assurent un modèle communicatif efficace et persistant entre l'établissement et son publique, ce qui crée la confiance entre les deux. la réussite des établissements et spécifiquement les établissements touristique est liée de l'efficacité de l'équipement qui est basé sur les relations public qui lient entre l'établissement et son public.

Cette étude la se concentre sur la réalité des relation publique dans l'établissement touristique algérienne afin de connaitre la réalité effective qu'utilisent ces établissements touristique algérienne en prenant l' exemple des deux hôtels **Hocine** et **Novotel** à Constantine , ce qui représente le champ de l' endroit de notre étude qui était prolongée entre novembre 2014 et mai 2015.

Dans notre étude on a compté sur la théorie constructive fonctionnelle, et on a utilisé la méthode descriptive qui convient a la nature de notre sujet, en comptant sur un questionnaire et sur l'observation comme des outils pour ressembler les coordonnées.

L'échantillon de notre étude était aléatoire et classial , en choisissant 30% du public interne des employés des hôtels et leur nombre était 71 employés

Et a partir de notre étude , on a atteint a ces résultats :

Les employés des deux hôtels **Hocine** et **Novotel** pratiquent quelques activités des relation publique , ainsi qu' existe une relation de confiance supérieure entre les deux hôtels cités et ses visiteurs , en plus elle possèdent des capacités matérielles et physiques.

On prévoit que notre étude ouvre des portes sur d'autres recherches

Les mots clés :

Relation publique – établissement touristique algérienne – le tourisme – les hôtels – les relations public touristiques – agent de relation publique.