

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم اتصال وعلاقات عامة

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

الرسالة الإعلانية وتأثيرها على المستهلك الجزائري في المؤسسة الخدمائية

اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال في إعلانات خدمة الجيل الثالث لموبيليس 3G++

مقدمة من طرف الطالبات:

تحت إشراف:

- رزيقة زروقي

أ / فنور بسمة

- بن حمادة نجلاء

السنة الجامعية: 2015/2014

دورة جوان

قائمة المحتويات

اهداء

شكر وتقدير

قائمة الجداول والأشكال

المقدمة ..... أ - ب

الفصل الأول: موضوع الدراسة .

1 - 1- أسباب اختيار موضوع الدراسة ..... ص 15

1 - 2 - أهمية موضوع الدراسة ..... ص 15

1 - 3 - تحديد المشكلة ..... ص 16

1 - 4 - فروض الدراسة ..... ص 18

1 - 5 - أهداف الدراسة ..... ص 19

1 - 6 - تحديد المفاهيم ..... ص 19

1 - 7 - الدراسات السابقة ..... ص 41

1 - 8 - منظور الدراسة ..... ص 47

هوامش الفصل الأول

الفصل الثاني: الإعلان والرسالة الإعلانية

تمهيد

أولاً: الإعلان

- 2 - 1 - نشأة وتطور الإعلان..... ص 61
- 2 - 2 - أهمية الإعلان ..... ص 64
- 2 - 3 - أهداف الإعلان ..... ص 68
- 2 - 4 - وظائف الإعلان ..... ص 69
- 2 - 5 - خصائص الإعلان ..... ص 71
- 2 - 6 - أنواع الإعلان ..... ص 72
- 2 - 7 - وسائل نشر الإعلان..... ص 75

ثانياً: الرسالة الإعلانية

- 2 - 9 - إعداد الرسالة الإعلانية ..... ص 87
- 2 - 10 - الشروط العامة للرسالة الإعلانية ..... ص 89
- 2 - 11 - أنواع الرسائل الإعلانية ..... ص 92
- 2 - 12 - الاستمالات الإقناعية ..... ص 94
- 2 - 13 - العوامل المساعدة على أحداث الأثر الإعلاني ..... ص 98

خلاصة الفصل

هوامش الفصل الثاني

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وتحليل البيانات

تمهيد

3 - 1 - مجالات الدراسة.

3 - 1 - 1 - المجال المكاني..... ص 104

3 - 1 - 2 - المجال الزمني..... ص 107

3 - 2 - منهج الدراسة..... ص 107

3 - 3 - عينة الدراسة..... ص 108

3 - 4 - أداة جمع البيانات ..... ص 109

3 - 5 - تحليل البيانات ..... ص 111

هوامش الفصل الثالث

نتائج الدراسة ..... ص 118

خاتمة ..... أ

قائمة المراجع ..... 122

الملاحق

الملخص