

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم اتصال وعلاقات عامة

رقم التسجيل.....

الرقم السري.....



دور الإعلان الإلكتروني في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية

دراسة وصفية تحليلية لعينة من إعلانات مؤسسة Ooredoo عبر اليوتيوب



تحت إشراف:

كيحل فتيحة

إعداد:

❖ كرميش نور الإسلام

❖ غنيمي دعاء

2021/2020

فهرس المحتويات

الفصل الأول : الإطار المنهجي

- 1 إشكالية الدراسة.....ص05
- 2 أهمية الدراسة.....ص06
- 3 أسباب اختيار الموضوع.....ص07
- 4 أهداف الدراسة.....ص07
- 5 مفاهيم الدراسة.....ص09
- 6 الدراسات السابقة.....ص16
- 7 منظور الدراسة.....ص23
- 8 منهج الدراسة.....ص25
- 9 عينة الدراسةص27
- 10 أداة الدراسة.....ص30

الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً: الإعلان الإلكتروني

1. تعريف الإعلان الإلكتروني.....ص32
2. نشأة وتطور الإعلان الإلكتروني.....ص34
3. خصائص الرسالة الإشهارية الإلكترونية.....ص35

4. أنواع وأساليب الإعلان الإلكتروني.....ص 44
5. أهداف الإعلان الإلكتروني.....ص45
6. وظائف الإعلان الإلكتروني.....ص47
7. أهداف الإعلان الإلكتروني.....ص49
8. أهمية الإعلان الإلكتروني.....ص50
9. الفرق بين الإعلان الإلكتروني والإعلان التقليدي.....ص51
10. وسائل الإعلان الإلكتروني.....ص54
11. إيجابيات وسلبيات الإعلان الإلكتروني ص56

ثانيا: صورة المؤسسة

تعريف صورة المؤسسة

1. مفهوم الصورة الذهنية والمفاهيم المشابهة لها.....ص 61
2. نبذة عن تاريخ الصورة الذهنية.....ص62
3. خصائص الصورة الذهنية.....ص63
4. أنواع الصورة الذهنية.....ص65
5. مكونات وأبعاد الصورة الذهنية.....ص68
6. وسائل تكوين الصورة الذهنية.....ص 69

7. العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية.....ص70

8. إيجابيات تكوين صورة ذهنية.....ص71

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

1التعريف بمؤسسة Ooredoo.....ص75

2تحليل وعرض البيانات.....ص107

-نتائج الدراسة.....ص114

-أفاق الدراسة.....ص117

الملاحق

قائمة المراجع

فهرس الجداول:

الملخص:

إن الهدف من هذه الدراسة هو وصف مدي توظيف مؤسسة Ooredoo الإعلانات الإلكترونية عبر اليوتيوب ومدي فاعليته في تحسين صورة المؤسسة، من خلال تحليل الإعلانات الإلكترونية عبر موقع اليوتيوب خلال سنة 2021/2020، بعد رصد مختلف المواضيع التي تركز عليها مؤسسة Ooredoo والتعرف على مختلف الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها مؤسسة Ooredoo كي تحسن صورتها.

جاءت التساؤلات التالية للإجابة عن إشكالية الدراسة:

وكللت هذه الدراسة بتحليل محتوى الإعلانات الإلكترونية عبر اليوتيوب، وكللت هذه الدراسة بتحليل 6 إعلانات إلكترونية عبر اليوتيوب، استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في عملية وصف وتحليل البيانات، وعلى تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات بحيث قمنا بتحليل 10 جداول،

خلصت الدراسة إلى أن مؤسسة Ooredoo تستغل كل التقنيات للحفاظ على التواصل المستمر مع الجمهور، وركزت على العناصر الفنية من أجل ترسيخ هويتها البصرية، إضافة إلى الأنشطة الاتصالية التي توظفها مؤسسة Ooredoo من أجل تحسين صورتها، والتي تتمثل في (المسؤولية الاجتماعية، الرعاية، الأعمال الخيرية، التعريف بالمؤسسة، الاتصال الحديث)

RESUME

Le but de cette étude est de décrire l'utilisation de l'opérateur téléphonique « Ooredoo » les publicités électroniques par analyse de contenu de les publicités par youtube de l'année 2020-2021 et l'étendue de son effet en améliorant l'image de l'entreprise. J'ai utilisé la méthode analytique descriptive après la transmission des différents sujets sur lesquelles l'entreprise « Ooredoo » en savoir plus sur les activités de communication menées par l'entreprise « Ooredoo ». Les questions suivantes sont posées pour répondre à la problématique étudiée : est-ce que l'outil d'analyse de contenu nous a permis d'analyser 6 publicités électroniques par youtube ? nous avons utilisé la méthode analytique descriptive en train dans le processus de description et d'analyse nous avons analysé 10 tableaux.

Nous avons conclu que l'entreprise « Ooredoo » utilise toutes les techniques pour maintenir la communication avec son public. Elle se concentre sur l'élément artistique afin de consolider son identité en plus des activités de la communication qui utilise par l'entreprise

« Ooredoo » qui est le suivant (responsabilité sociale, sponsor, l'activité sportive, travail de bienfaisance, communication événementielle, présentation de l'entreprise).

ABSTRAC

The purpose from this project is characterizing employment's space of ooreedoo company ; electronic announcements through YouTube and its validation ambit for amelioration the face of company ,through the electronic announcements analysis on YouTube during 2020/2021 After observation of various subjects which Ooreedoo company revolves on them and get to know a various contacting activities which Ooreedoo company handle it in oorderoo to improve its image And the following questions propose to answer on the study issue ; And this study crown by an anlaysis content of electronic announcements on youtube.

And this study crown with analysis of 6 electronic announcement on youtube . This study used the analytic descriptive method in process of describing and analyse the data And at analysing the content as a devise for collecting data where we do 10 schedules.The study cleared to that Ooreedoo company exploits all the techeniques for saving the constant communication with the crowd , and it focused

on the artistic elements for establishment its visual identity , in addition to contacting activities which ooreedoo company employing for ameliorating its image , which representing in

(Socialresponsabilty – protection – charities – company identification, Incident contact.