

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم: الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة ماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

علاقة الإعلان بالصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية

- تحليل إعلانات مؤسسة موبيليس -

اشراف الأستاذة:

د. مفيدة طائر

اعداد الطالبتين:

هاجر قلي

زينب لحح

السنة الجامعية: 2020-2021

دورة: جوان

## فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الملاحق

مقدمة ..... أ-ب-

### الفصل الأول: الإطار النظري والمنهجي

#### 1- الإطار النظري

- 1-1 الإشكالية ..... 8-6
- 2-1 أسباب الدراسة ..... 9
- 3-1 أهمية الدراسة ..... 9
- 4-1 أهداف الدراسة ..... 10
- 5-1 منظور الدراسة ..... 13-10
- 6-1 الدراسات السابقة ..... 17-14
- 7-1 تحديد المفاهيم ..... 22-18

#### 2- الإطار المنهجي

- 1-2 منهج الدراسة ..... 24-23
- 2-2 أدوات جمع البيانات ..... 29-24
- فئات التحليل

3-2 مجتمع البحث والعينة ..... 30-29

4-2 مجال الدراسة ..... 30

### الفصل الثاني: الإعلان والصورة الذهنية للمؤسسة

#### 1- الإعلان

1-1	نشأة وتطور الإعلان	33-32
2-1	خصائص الإعلان	34-33
3-1	أنواع الإعلان	38-34
1-3-1	حسب الوسيلة المستخدمة	
2-3-1	حسب الغاية والهدف	
3-3-1	حسب نوع الجمهور الموجه له الإعلان	
4-3-1	حسب الدوافع التي تهدف إلى إثارتها	
4-1	مبادئ ووظائف الإعلان	40-38
5-1	وسائل الإعلان	47-40
6-1	العناصر المكونة للإعلان	51-48
7-1	كيفية تصميم الرسالة الإعلانية	54-52
8-1	أهداف وأهمية الإعلان	56-55
<b>2- الصورة الذهنية للمؤسسة</b>		
1-2	طبيعة وأبعاد الصورة الذهنية	57
2-2	خصائص وسمات الصورة الذهنية	58
3-2	أنواع الصورة الذهنية	60-59
4-2	مكونات الصورة الذهنية	61-60
5-2	مبادئ التخطيط وبرامج تكوين الصورة الذهنية	62-61
6-2	وسائل تكوين الصورة الذهنية	65-62
7-2	شروط تكوين الصورة الذهنية	65
8-2	العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية	67-65
9-2	أهداف وأهمية الصورة الذهنية	68
68	<b>الإعلان والصورة الذهنية</b>	

### الفصل الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة

1-3	لمحة عن مؤسسة موبيليس	71-70
-----	-----------------------	-------

89-72	.....	2-3 عرض وتحليل البيانات
91-90	.....	3-3 نتائج الدراسة
91	.....	4-3 اقتراحات وتوصيات

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

ملخص الدراسة

## ملخص الدراسة

### ملخص باللغة العربية:

تتمحور هذه الدراسة حول علاقة الإعلان بالصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية - تحليل إعلانات مؤسسة موبيليس - وهو موضوع مهم خاصة في الوقت الذي أصبحت فيه المؤسسات تعتمد على الإعلانات في بناء وتشكيل صورتها في ظل وجود منافسة من أجل ضمان مكانة في السوق في هذا المجال

وتدور هذه الدراسة حول كيف تساهم الإعلانات في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة؟

وتهدف هذه الدراسة الى التعرف على كيفية تشكيل الإعلان لصورة مؤسسة موبيليس واظهار مدى مساهمة هذه الإعلانات في تحسين صورة المؤسسة وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واداة تحليل المضمون واداة التحليل السيميولوجي لتحليل محتوى المواد الاعلانية من ناحية المضمون والشكل حيث توصلنا الى النتائج التالية وجود تنوع في مضامين إعلانات مؤسسة موبيليس في حين وجود تفاوت من ناحية فئات الشكل.

### الكلمات المفتاحية

الإعلان - الصورة الذهنية للمؤسسة - المؤسسة الخدمائية - مؤسسة موبيليس

## Summary

This study focuses on the relation between advertising and the mental image of service organisation –mobilis advertisings analysis and it's an important topic especially when the institution count on advertising for bulding and make her mental image in the presence of competion

Our study revolvers about **how does this advertising contribute to shaping the mental image of the organisation ?**

The aim of this study is to identify how advertising can make the mental image of service organisation –mobilis – we used the descriptife analytical method with the content analysis tool we use too the semiological analysis in order to analyze the advertisment in terms of forme and content

As a result we found the following

The presence of deversity in the contents in –mobilis – organization but there are some disparity in term of formes

**Key words :**

**Advertising – the mental image of the organization – service organisation –mobilis – .**