

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة -3- صالح بوبنيدر



كلية علوم والإعلام والاتصال سمعي بصري

القسم: الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكر لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال التخصص: اتصال وعلاقات عامة

أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر موقع الفيسبوك

دراسة وصفية تحليلية لأنشطة الرعاية الرياضية لمؤسسة موبيليس

إشراف الدكتورة:

- د. فتيحة كحل.

من إعداد الطالبان:

- رانية أوجريط.

- شيماء نوار.

السنة الجامعية 2022/2023

دورة جوان

## الملخص باللغة العربية :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أنشطة العلاقات العامة الرقمية وكيفية استقطابها للجمهور الخارجي حيث اشرنا الى الرعاية الرياضية باعتبارها احد عناصر الاتصال التسويقي ومالها من دور في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس ومالها من قدرة في النهوض بالجانب المالي للنادي الرياضية. اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي و النظرية الوظيفية بالإضافة إلى استمارة تحليل المضمون و الملاحظة البسيطة كأداتين رئيسيتين للحصول على المعلومات بالاعتماد على الحصر الشامل لمنشورات الرعاية الرياضية على الصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس خلال الفترة الزمنية 06ديسمبر 2022 الى 05 ماي 2023.

وقد توصلت دراستنا إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- تسعى مؤسسة موبيليس إلى ترسيخ علامتها التجارية في ذهن الجمهور من خلال قيامها بعدة نشاطات تساعدها على بلوغ أهدافها.
- 2- تكمن أهمية استخدام الشعار لمؤسسة موبيليس في تميزها عن باقي المؤسسات لأنه يعطي الانطباع الأول كذلك كونه رسالة اتصالية لها علاقة بالقيمة الأساسية التي تريد المؤسسة نقلها للجمهور .
- 3- استخدمت اللغة العربية بكثرة دليل على أن مؤسسة موبيليس تهتم بالمستوى التعليمي للجمهور حتى تسهل عملية نجاح رسالتها الاتصالية.
- 4- اهتمام جهاز العلاقات العامة الرقمية لمؤسسة موبيليس بالتواجد عبر الفضاء الرقمي خاصة موقع الفيسبوك لتأكيد هويتها البصرية كذا يساعدها في معرفة اتجاهات الجمهور و آرائه عن طريق التعليقات .
- 5- ركيز جهاز العلاقات العامة الرقمية على الاستمالة العاطفية بشكل كبير لإقناع الجمهور المستهدف حتى تضمن إحداث الأثر المرغوب.
- 6- اعتماد جهاز العلاقات العامة الرقمية على أنشطة الرعاية الرياضية نظرا لأهميتها في تحقيق أهداف مؤسسة موبيليس .

**الكلمات المفتاحية:** أنشطة العلاقات العامة الرقمية، الرعاية الرياضية.

## :Résumé

L'objectif de cette étude est de comprendre les activités des relations publiques numériques et leur capacité à attirer le public externe. Nous avons mentionné le parrainage sportif comme l'un des éléments de la communication marketing et son rôle dans l'amélioration de l'image mentale de l'entreprise Mobilis, ainsi que son impact financier sur les clubs sportifs. Dans notre étude, nous avons utilisé une méthodologie descriptive-analytique et la théorie fonctionnelle, ainsi qu'un formulaire d'analyse de contenu et l'observation simple comme principaux outils pour obtenir des informations, en se basant sur une compilation complète des publications de parrainage sportif sur la page officielle de l'entreprise Mobilis, entre le 6 décembre 2022 et le 5 mai 2023.

Notre étude a abouti à plusieurs résultats, dont les plus importants sont les suivants :

L'entreprise Mobilis cherche à ancrer sa marque dans l'esprit du public en menant plusieurs activités qui l'aident à atteindre ses objectifs.

1) L'utilisation du logo de l'entreprise Mobilis revêt une importance cruciale car il la distingue des autres entreprises et donne une première impression tout en transmettant un message lié à la valeur fondamentale que l'entreprise souhaite communiquer au public.

2) L'utilisation fréquente de la langue arabe témoigne de l'intérêt de l'entreprise Mobilis pour le niveau d'éducation du public, afin de faciliter le succès de son message de communication.

3) Le département des relations publiques numériques de l'entreprise Mobilis accorde une grande importance à sa présence dans l'espace numérique, en particulier sur Facebook, pour confirmer son identité visuelle et lui permettre de connaître les tendances et les opinions du public grâce aux commentaires.

4) Le pilier des relations publiques numériques repose largement sur l'attrait émotionnel pour convaincre le public cible et garantir l'impact souhaité.

5) Le recours aux activités de parrainage sportif par le département des relations publiques numériques est essentiel en raison de leur importance dans la réalisation des objectifs de l'entreprise Mobilis.

Les mots clés : P.R Numérique, parrainage sportif .

## **Abstract:**

objective of this study is to understand the activities of digital public relations and their ability to attract external audiences. We have mentioned sports sponsorship as one of the elements of marketing communication and its role in improving the mental image of the Mobilis company, as well as its financial impact on sports clubs. In our study, we used a descriptive-analytical methodology and functional theory, as well as a content analysis form and simple observation as the main tools to obtain information, based on a comprehensive compilation of publications from sports sponsorship on the official page of the Mobilis company, between December 6, 2022 and May 5, 2023.

Our study yielded several results, the most important of which are:

The Mobilis company seeks to anchor its brand in the minds of the public by carrying out several activities that help it achieve its objectives.

- 1) The use of the Mobilis company logo is of crucial importance because it distinguishes it from other companies and gives a first impression while conveying a message related to the fundamental value that the company wishes to communicate to the public.
- 2) The frequent use of the Arabic language testifies to the interest of the Mobilis company for the level of education of the public, in order to facilitate the success of its communication message.
- 3) The digital public relations department of the Mobilis company attaches great importance to its presence in the digital space, in particular on Facebook, to confirm its visual identity and allow it to know the trends and opinions of the public thanks to the comments.
- 4) The pillar of digital PR relies heavily on emotional appeal to convince the target audience and ensure the desired impact.
- 5) The use of sports sponsorship activities by the digital PR department is essential due to their importance in achieving Mobilis corporate objectives.

Key words :Digital P.R , Sports Sponsorship

الصفحة	الموضوع
-	الشكر والتقدير
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
-	الملخص
أب	مقدمة
<b>الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي</b>	
2	1-تحديد المشكلة
5	2-أهمية الدراسة
5	3-أهداف الدراسة
6	4-أسباب اختيار الموضوع
6	5-ضبط المفاهيم
12	6-الدراسات السابقة
16	7-منظور الدراسة
25	8-منهج الدراسة
26	9-مجتمع وعينة البحث
27	10-أدوات جمع البيانات
<b>الفصل الثاني</b>	
<b>المبحث الأول: العلاقات العامة الرقمية</b>	
32	1-ماهية العلاقات العامة الرقمية.
34	2-الخدمات التي قدمتها الانترنت للعلاقات العامة.
34	3-استخدام العلاقات العامة في عصر تكنولوجيا الاتصال.
35	4-خصائص العلاقات العامة الرقمية.
37	5-فوائد العلاقات العامة الرقمية.
38	6-مزايا العلاقات العامة الرقمية.
38	7-أهمية العلاقات العامة الرقمية.
40	8-أهداف العلاقات العامة الرقمية.
41	9-وظائف العلاقات العامة الرقمية.

42	10-أسس ومبادئ العلاقات العامة الرقمية.
43	11-وسائل العلاقات العامة الرقمية.
45	12-مكونات العلاقات العامة الرقمية.
46	13- تحديات العلاقات العامة الرقمية
47	14- دور العلاقات العامة الرقمية في بناء والمحافظة على صورة المؤسسة على موقع الفيسبوك من خلال الرعاية الرياضية..
<b>المبحث الثاني: الرعاية الرياضية</b>	
49	1-ماهية الرعاية الرياضية.
51	2-أسباب الرعاية الرياضية.
52	3-أهمية الرعاية الرياضية.
54	4-أهداف الرعاية الرياضية.
57	5-أشكال الرعاية الرياضية.
58	6-أنواع الرعاية الرياضية.
62	7-أساليب الرعاية الرياضية.
64	9-العوامل المحددة لقيمة حقوق الرعاية الرياضية.
65	10-إدارة عملية الرعاية الرياضية.
66	11-عقد الرعاية الرياضية.
67	12-عوامل تزايد الاهتمام بالرعاية الرياضية.
68	13-الإطار القانوني للرعاية الرياضية.
72	14-مستقبل الرعاية الرياضية في الجزائر.
<b>الفصل الثالث: الدراسة التحليلية</b>	
75	1-التعريف بمؤسسة موبيليس.
76	2-بطاقة تقنية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس.
78	3-تحليل الفئات.
104	4-النتائج العامة للدراسة.
106	6-نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات.
107	7-نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة.
107	8- افاق الدراسة
110	10-قائمة المصادر والمراجع

-	11- قائمة الملاحق
---	-------------------