

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي بصري

قسم الاتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

مذكرة الماستر

التخصص: اتصال و علاقات عامة

الشعبة: علوم إنسانية

التسويق للخدمة الفندقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- دراسة تحليلية صفحة الفايسبوك لفندق الماريوت -قسنطينة-

د.ادريس بولكعيبات

▪ بن زاوي عفاف

▪ عزيل صوفيا

السنة الجامعية: 2022- 2023

دورة جون

الصفحة	الموضوعات
	شكر و عرفان
	فهرس المواضيع
	فهرس الجداول
	فهرس الاشكال
مقدمة عامة	
07	1. إشكالية الدراسة
09	2. تساؤلات الدراسة
09	3. أسباب اختيار الموضوع و أهميته
09	4. أهداف الدراسة
10	5. الدراسات السابقة
15	6. مفاهيم الدراسة
17	7. منظور الدراسة
الفصل الأول: التسويق: المفهوم و الأبعاد	
20	1.1 مفهوم التسويق
20	2.1 أهمية التسويق
21	3.1 التطور التاريخي للتسويق
22	4.1 أنواع التسويق
24	5.1 أهداف التسويق
الفصل الثاني: السياحة و الخدمة الفندقية	
26	1.2 نشأة الفنادق و تطورها
26	2.2 أهمية الخدمة الفندقية
27	3.2 خصائص الخدمة الفندقية
29	4.2 أنواع الخدمة الفندقية

30	5.2 أهداف الخدمة الفندقية
30	6.2 واقع الفنادق و الخدمة الفندقية في الجزائر
الفصل الثالث: الخدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
33	1.3 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
34	2.3 تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي
36	3.3 خدمات شبكات التواصل الاجتماعي
37	4.3 خصائص و سمات مواقع التواصل الاجتماعي
38	5.3 مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
39	6.3 أهم مواقع التواصل الاجتماعي
42	7.3 استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
45	1.4 منهج الدراسة
46	2.4 مجال الدراسة
51	3.4 مجتمع البحث
51	4.4 عينة الدراسة
52	5.4 أداة جمع البيانات
الفصل الخامس: تحليل صفحة الفيسبوك لفندق الماريوت	
57	1.5 عرض و تحليل بيانات الدراسة من حيث المضمون
63	2.5 عرض و تحليل بيانات الدراسة من حيث الشكل
الخاتمة	
69	- النتائج العامة
70	- تفسير النتائج في ظل التساؤلات
71	- صعوبات الدراسة
71	- توصيات الدراسة
72	قائمة المصادر و المراجع

الملاحق	
78	- استمارة تحليل المحتوى
85	- الصور
100	- الملخصات

فهرس الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل فئة المواضيع المنشورة	57
02	يمثل فئة القيم	58
03	يمثل فئة الأهداف التي يسعى الفندق لتحقيقها	59
04	يمثل فئة الجماهير المستهدفة	59
05	يمثل فئة نوع الخدمة	60
06	يمثل فئة التفاعل	61
07	يمثل فئة المصادر المعتمدة	62
08	يمثل فئة الوعد في منشورات صفحة الفايسبوك فندق الماريوت - قسنطينة-	63
09	يمثل فئة عدد مرات النشر في اليوم	64
10	يمثل فئة طبيعة المواضيع المنشورة	64
11	يمثل فئة الألوان المستخدمة في المنشورات	65
12	يمثل فئة الصور المستخدمة في المنشورات	66
13	يمثل فئة اللغة المستخدمة في المنشورات	66

فهرس الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
1	شكل يمثل الهيكل التنظيمي لفندق الماريوت - قسنطينة-	48

الملخص:

- التسويق للخدمة الفندقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما فعالية التسويق للخدمة الفندقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و هو سؤال البحث الرئيسي، باعتبار إن هذه المواقع تعتبر أداة فعالة لتسويق الخدمات التي تقدمها الفنادق للزبائن

و قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة تم استخدام منهج تحليل المحتوى كونه يندرج ضمن المناهج الكمية ، و اعتمدنا على العينة القصدية لتحليل صفحة الفاييسبوك لفندق الماريوت- قسنطينة -، و استكمالاً للخطوات المنهجية وظفت هذه الدراسة استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وتحليل منشورات الصفحة من خلال تقسيمها لفئات تحليل خاصة بالشكل و أخرى خاصة بالمضمون من أهم النتائج المتوصل إليها :أن صفحة الفاييسبوك لفندق الماريوت قسنطينة تسوق عبر منشوراتها الى مواضيع و مضامين سياحية منها التعريف بالفندق و الخدمات و العروض التي يقدمها ، مع بيان كيفية التسويق لهذه المواضيع عن طريق نصوص ،فيديوهات و روابط الكترونية.

الكلمات المفتاحية :

التسويق، الخدمة الفندقية، مواقع التواصل الاجتماعي، الفندق.

Résumé:

-Marketing hôtelier à travers les réseaux sociaux .

Le but de cette étude est de connaître l'efficacité du marketing hôtelier à travers les réseaux sociaux, c'est aussi la principale question de notre recherche étant donné que les réseaux sociaux sont l'un des canaux de marketing les plus utilisés de notre temps disposés au service de clients potentiels et existants.

Afin de répondre à la problématique de notre recherche, l'approche d'analyse de contenu a été appliquée vu qu'elle s'inscrit dans les approches quantitatives ainsi que l'échantillon intentionnel dans l'analyse de la page Face book de l'hôtel Marriott Constantine, et afin de compléter les étapes méthodologiques, cette étude a employé le formulaire d'analyse de contenu comme outil de collecte de données et d'analyse des publications de la page en le divisant en catégories d'analyse spécifiques au format et d'autres au contenu.

Parmi les résultats intéressants obtenus dans cette étude est que la page Face book de l'hôtel Marriott Constantine promeut à travers ses publications des contenus touristiques, y compris la présentation de l'hôtel, de ses services et de ses offres, avec l'indication du procédé de cette promotion qui s'effectue par le biais de textes, vidéo et liens électroniques.

Mots clés : marketing – service hôtelier – réseaux sociaux – hôtel.

Abstract:

-hotel marketing through social networks.

The purpose of this study is to know the effectiveness of hotel marketing through social networks, it is also the main question of our research given that social networks are one of the most used marketing channels of our time. Willing to serve potential and existing customers.

In order to answer the problem of our research, the content analysis approach was applied since it is part of the quantitative approaches as well as the intentional sample in the analysis of the hotel's Face book page. Marriott Constantine, and in order to complete the methodological steps, this study employed the content analysis form as a tool for data collection and analysis of the publications of the page by dividing it into categories of analysis specific to the format and d others the content.

Among the interesting results obtained in this study is that the Face book page of the Marriott Constantine hotel promotes through its publications tourist content, including the presentation of the hotel, its services and its offers, with the indication of the process of this promotion which is carried out through text, video and electronic links.

Key words :marketing, hotel service, social networks, hotels

