

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بونبيدر - قسنطينة 03-



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.  
قسم الاتصال والعلاقات العامة.  
الرقم التسلسلي: .....  
الرمز: .....

مذكرة ماستر

تخصص: علاقات عامة

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

ترويج الخدمات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية لمتتبعي صفحة مديرية السياحة والصناعة التقليدية

تحت إشراف:

" د. إدريس بولكعيبات "

من إعداد الطالبة:

• بوبرطخ ملاك

السنة الجامعية: 2022-2023

دورة جوان

	<b>1-2 : مواقع التواصل الاجتماعي</b>
39-38	1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها
39-38	2- انواع مواقع التواصل الاجتماعي
40-39	3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
40	4- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
	<b>2-2 : موقع التواصل فايسبوك</b>
41-40	1- نشأة موقع فايسبوك و تطوره
41	2- مميزات موقع فايسبوك
42	3- اثار موقع فايسبوك الايجابية
	<b>الفصل الثالث : فصل الاجراءات المنهجية</b>
44	1-3: منهج الدراسة
47-44	2-3 : مجالات الدراسة
51-48	3-3 : العينة و مجتمع البحث
55-52	4-3 : ادوات جمع البيانات
	<b>الفصل الرابع : عرض و تحليل البيانات الميدانية</b>
62-58	1-4 : عرض و تحليل البيانات المتعلقة باستخدام موقع فايسبوك في الترويج للخدمات السياحية
74-63	2-4 : عرض و تحليل البيانات المتعلقة بواقع ترويج الخدمات السياحية عبر مواقع التواصل فايسبوك في مؤسسة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية
77-75	3-4 : عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالاشباع المحقق من طرف متبعي صفحة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية
79-78	4-4 : عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالعوائق التي يواجهها الجمهور في استخدامه لصفحة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية
	<b>الخاتمة</b>
83-82	- النتائج العامة للدراسة
84	- مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات
85	- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
86-85	- افاق الدراسة
86	- صعوبات الدراسة
90-88	- قائمة المصادر و المراجع
	- الملاحق
97-92	- استمارة الاستبيان
98	- واجهة صفحة مديرية السياحة على الفايسبوك
99	- شعار صفحة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية
100	- ما تقوم بنشره صفحة مديرية السياحة
	- ملخصات الدراسة

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
-	شكر و عرفان
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الاشكال
	مقدمة عامة
11-9	1- اشكالية الدراسة
11	2- تساؤلات الدراسة
12-11	3- اهمية و اسباب اختيار الموضوع
12	4- اهداف الدراسة
17-12	5- الدراسات السابقة
20-17	6- تحديد اهم المفاهيم
22-20	7- منظور الدراسة
	<b>الفصل الاول : ترويج الخدمات السياحية في الجزائر</b>
	<b>1-1 : الترويج</b>
25	1- اهمية الترويج
27-26	2- اهداف الترويج
27	3- وظائف الترويج
28	4- استراتيجيات الترويج
	<b>2-1 : الترويج السياحي</b>
28	1- اهمية الترويج السياحي
29	2- اهداف الترويج السياحي
30-29	3- وسائل الترويج السياحي
32-30	4- عناصر المزيج الترويجي
	<b>3-1 : الخدمات السياحية</b>
33	1- خصائص الخدمات السياحية
34-33	2- انواع الخدمات السياحية
35	3- عناصر الخدمات السياحية
36-35	4- اهمية الخدمات السياحية
36	5- عوامل نجاح الخدمات السياحية
	<b>الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي</b>

## الملخص :

تدور دراستنا حول ترويج الخدمات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و حاولنا من خلالها دراسة صفحة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية انطلقت اشكالية الدراسة بالتساؤل الرئيسي : كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي فايستوك في الترويج للخدمات السياحية ؟ تلتته مجموعة تساؤلات فرعية هي كالتالي : كيف يساهم موقع فايستوك في الترويج للخدمات السياحية ؟ ما هو الاشباع المحقق من طرف متصفح مديرية السياحة ؟ ما الدافع لاستخدام المؤسسات لمواقع التواصل الاجتماعي فايستوك ؟ تكمن اهداف البحث في ابراز الدور الذي يلعبه موقع فايستوك في الترويج للخدمات السياحية ، محاولة الكشف عن الاشباع المحققة من طرف متبوعي صفحات الفايستوك ذلك بالاعتماد على نظرية الاستخدامات و الاشباعات ، باستخدام المنهج الكمي الوصفي مستعينين بالمقابلة و الاستبيان كادوات لجمع البيانات للجماهير الخارجي و الداخلي ، و كانت العينة قصدية مختارين متبوعي صفحة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بعينة 100 مفردة ، اجريت الدراسة بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية قسنطينة .

انتهت دراستنا بمجموعة نتائج توصلنا اليها : ان صفحة مديرية السياحة تساهم بدرجة كبيرة في الترويج للخدمات من اجل تلبية و اشباع رغبات الافراد ، ان موقع فايستوك يساهم في الترويج للخدمات السياحية من خلال الصور و الفيديوهات .

الكلمات المفتاحية: الفايستوك ، الترويج ، الخدمات السياحية

**Abstract**

The role of our study on the promotion of tourism services through social networking sites through which we tried to study the page of the tourism directorate .followed by a set of sub-questions , including how does facebook contribute to the promotions of tourism services ? what is the satisfaction achieved by the surfers of the directorate of tourism ?

The objectives of the research lie in highlighting the role played by facebook in promoting tourism services and trying to detect similarities achieved by followers of facebook pages based on the theory of uses and gratifications , using the interview and questionnaire as tools to collect data for the internal and external audience . the sample was intentional choosing followers of the page of the directorate of tourism and handicrafts of constantinestate .

Our study ended with a set of results that we reached the page of the directorate of tourism and handicrafts contributes greatly to the promotion of services in order to meet and satisfy the desires of individuals , and that facebook contributes to the promotion of tourism services through pictures and videos .

Key words facebook , promotion , tourism services .