

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة صالح بونبندر قسنطينة 03



كلية علوم الاعلام و الاتصال و السمعي البصري

القسم : الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي . . . . .

رقم التسجيل . . . . .

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

تخصص : علاقات العامة

الشعبة : علوم الاعلام و الاتصال

التسويق السياحي للجزائر عبر منصات جمهور المؤثرين الأجانب

- فايز صراري ، جو خطاب - على مواقع التواصل الاجتماعي

اشراف الاستاذ:

د/ بوعنافة سفيان

اعداد الطلبة:

بوشوشة ليلي

بن مرخي رانيا

بوحزام ايمان

السنة الجامعية 2022 / 2023

دورة جوان 2023

## ملخص الدراسة:

تحمل هذه الدراسة عنوان "التسويق السياحي للجزائر من خلال المؤثرين الأجانب" و هي عبارة عن دراسة جمهور لصفحة كل من المؤثر الليبي فايز الصراري والمؤثر الأردني جو خطاب اللذان قاما بزيارة الجزائر من قبل وسوقوا لأهم المقاصد السياحية فيها . تهدف هذه الدراسة لمعرفة التأثير الذي يقوم به هذان المؤثران لتسويق السياحة الجزائرية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك معرفة الأثر والاشباع التي تحقق للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على أساسيات التسويق السياحي . حيث تنتمي دراستنا الى الدراسات الوصفية والتي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي، و بتطبيق العينة القصدية على كل من جمهور فايز الصراري وجو خطاب، استخدمنا على جمهور الدراسة استمارة الاستبيان الالكتروني إضافة الى أداة المقابلة و الملاحظة ، واندرجت ضمن نظريتين أول نظرية كانت التأثير المباشر وثاني نظرية هي نظرية الاستخدامات والاشباع . وقد توصلت دراسة الجمهور التي قمنا بها الى مجموعة من النتائج أهمها:

أن التسويق السياحي من خلال مؤثرين منصات التواصل الاجتماعي عملية جد فعالة لجذب السياح، إضافة الى الاشباع المعرفية التي حققت من طرف فايز الصراري وجو خطاب لعينة الجمهور المتابع لهما .

## الكلمات المفتاحية:

المؤثرين الأجانب، التسويق السياحي، مواقع التواصل الاجتماعي، فايز الصراري، جو خطاب .

## فهرس المحتويات:

الصفحة	المحتويات	رقم
	شكر واهداء	
	الفهرس	
أ - ب	المقدمة	
<b>الفصل الأول : موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية</b>		
13 - 11	اشكالية وتساؤلات الدراسة	-1
14 - 13	أسباب اختيار الدراسة	-2
15 - 14	أهمية الدراسة	-3
15	أهداف الدراسة	-4
20 - 15	منظور الدراسة	-5
24 - 20	تحديد مفاهيم الدراسة	-6
30 - 25	دراسات السابقة	-7
31	منهج المتبع في الدراسة	-8
33 - 32	مجتمع و عينة الدراسة	-9
36 - 34	أدوات جمع البيانات	-10
37 - 36	الإطار الزماني و البشري للدراسة	-11
<b>الفصل الثاني : ماهية التسويق السياحي و استراتيجياته</b>		
38	تمهيد	
39	طبيعة التسويق السياحي	-1
40	أهمية التسويق السياحي	-2

42 - 41	مراحل تخطيط التسويق السياحي	-3
45 - 42	أهداف التسويق السياحي	-4
43 - 42	الأهداف العامة	1-4
43	الأهداف المحددة	2-4
49 - 45	الاستراتيجية التسويقية السياحية	-5
54 - 49	المزيج التسويقي السياحي	-6
55 - 54	التسويق السياحي في الجزائر	-7
56	خلاصة الفصل	
<b>الفصل الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي</b>		
57	تمهيد	
59 - 58	تاريخ نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي	-1
61 - 59	أشهر مواقع التواصل الاجتماعي	-2
59	الفيسبوك facebook	1-2
60	اليوتيوب you tube	2-2
60	تويتر twitter	3-2
61	الأنستغرام instgram	4-2
62 - 61	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	-3
63 - 62	مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	-4
64	ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	-5
64	ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي	1-5
64	سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	2-5

65	أكثر المنصات المستخدمة من قبل المؤثرين	-6
66	مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي	-7
67	خلاصة الفصل	
<b>الفصل الرابع : دور المؤثرين في التسويق السياحي</b>		
68	تمهيد	
69	الخلفية التاريخية للمؤثرين	-1
70	خصائص المؤثرين	-2
71	تصنيفات المؤثرين	-3
74 - 72	مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في مجال السياحة والسفر	-4
75 - 74	خصائص التسويق المؤثر	-5
76	خلاصة الفصل	
<b>الفصل الخامس : تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج</b>		
77	تمهيد	
- 78	التسويق السياحي للجزائر من خلال المؤثرين	-1
78	التعريف بفايز الصراري	1-1
79	التعريف بجو حطاب	2-1
82 – 80	عرض وتحليل البيانات المقابلة فايز الصراري	3-1
120 – 83	عرض وتحليل البيانات الاستبيان المؤثرين	4-1
122 – 121	مناقشة النتائج العامة للدراسة	-2
123 – 122	النتائج في ضوء التساؤلات و أهداف الدراسة	-3
123	النتائج في ضوء النظرية	-4

124	النتائج في ضوء الدراسات السابقة	-5
125	خاتمة	
126	توصيات الدراسة	
131 – 127	قائمة المراجع و المصادر	
143 – 132	الملاحق	

## تقديم:

بسم الله الرحمان الرحيم والصلاة والسلام على أشرف

المرسلين

احبيكم تحية الإسلام فالسلام عليكم ورحمة الله تعالى

وبراكته ، أوجه الشكر للجنة المناقشة الأستاذ كرور زهير والأستاذة صادقي فوزية وأشكرهم على

تقبل مناقشة هذا العمل، كما أتوجه بالشكر لسيد المشرف بوعناقة سفيان على نصائحه

والارشادات التي قدمت لنا خلال فترة انجازنا لهذا البحث العلمي المتواضع.

كما لا أنسى أن أشكر كل من يقرأ هذه المذكرة التي كانت بعنوان التسويق السياحي لجزائر من

خلال المؤثرين الأجانب دراسة جمهور لصفحة فايز الصراري وجوخطاب على مواقع التواصل

الاجتماعي، وأتمنى أن يستفيد كل قارئ بالمعلومات المقدمة وتساوده على زيادة معرفته.