

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة -3-



كلية علوم الإعلام و الإتصال السمعي البصري
قسم الإتصال و العلاقات العامة
الرقم التسلسلي
الرمز

مذكرة ماستر

تخصص : علاقات عامة

الشعبة : إعلام و إتصال

واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية

-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر -

إشراف الدكتور :
بومنجل فوزي

إعداد الطالبة :
- بوسروالة صفاء

السنة الجامعية 2023/2022

دورة جوان

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير إهداء فهرس المحتويات قائمة الجداول والأشكال
أ-ج	المقدمة
	<u>الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة .</u>
2	1. إشكالية الدراسة.
3	2. أسباب اختيار موضوع الدراسة.
4	3. أهمية الدراسة.
4	4. أهداف الدراسة.
5	5. تحديد مفاهيم الدراسة.
15	6. الدراسات السابقة.
27	7. منظور الدراسة.
	<u>الفصل الثاني: الجانب المنهجي</u>
34	1. مجالات الدراسة.
36	2. منهج الدراسة.
37	3. عينة الدراسة.
38	4. أدوات جمع البيانات.
	<u>الفصل الثالث: مدخل للعلاقات العامة</u>
<u>43</u>	1. نشأة العلاقات العامة.
<u>51</u>	2. دوافع الإهتمام بالعلاقات العامة.
<u>57</u>	3. مبادئ العلاقات العامة.
<u>58</u>	4. أهمية العلاقات العامة.
<u>59</u>	5. أهداف العلاقات العامة.
<u>62</u>	6. وظائف العلاقات العامة.
<u>67</u>	7. برامج العلاقات العامة.
73	8. جمهور العلاقات العامة.
75	9. وسائل العلاقات العامة.
80	10. مشاكل العلاقات العامة.
	<u>الفصل الرابع: ماهية المؤسسة الخدماتية.</u>
84	1. مراحل تطور المؤسسة الخدماتية.
87	2. خصائص المؤسسة الخدماتية.

89	3. أسس المؤسسة الخدمائية.
90	4. عناصر المؤسسة الخدمائية.
92	5. وظائف المؤسسة الخدمائية.
95	6. أنواع المؤسسات الخدمائية.
97	7. نظام المؤسسة الخدمائية.
99	8. جمهور المؤسسة الخدمائية.
	الفصل الخامس: العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
105	1. وافع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
108	2. أسس ومبادئ العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
111	3. أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
112	4. وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
114	5. تنظيم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
115	6. تحديد مكانة العلاقات العامة وموقعها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الخدمائية.
121	7. سمات العاملين في إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية.
126	8. دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية.
	الفصل السادس: الفصل التطبيقي
129	1. معالجة البيانات التطبيقية المجمعة.
170	2. نتائج الدراسة.
172	3. توصيات.
	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص

باللغة العربية:

لقد جاءت هذه الدراسة كمحاولة لتوضيح واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية الجزائرية , خاصة أن معظم المؤسسات إن لم نقل كلها أصبحت بحاجة ماسة لإدارة فعالة للعلاقات العامة وذلك من خلال إعطائها المكانة المناسبة التي تسمح لها بمزاولة وظائفها ومهامها على اكمل وجه.

ولقد اتخذنا من المؤسسة إتصالات الجزائر قسنطينة – بوصف - للدراسة الميدانية , حيث بحثنا عن إجابة عن التساؤل الرئيسي الذي كان على النحو التالي :ماهو واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية الجزائرية مؤسسة إتصالات الجزائر قسنطينة.

و الهدف من دراستنا هذه هو :

- إبراز المكانة التي توليها المؤسسة الخدمائية الجزائرية للعلاقات العامة
- معرفة المشاكل التي تواجهها العلاقات العامة في المؤسسة
- معرفة مدى نجاح العلاقات العامة في تحقيق أهدافها في المؤسسة
- معرفة أبرز الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في التأثير على جماهيرها الداخلية و الخارجية

هذا وقد وظفنا المنهج الوصفي كونه يساعد على وصف المعلومات المجمعة وصفا دقيقا وتفسيرها وتحليلها تحليلا كيميا بإستعمال الجملة من الأدوات المتمثلة في المقابلة والاستمارة , وأما بالنسبة لعينة الدراسة فقد اعتمدنا على المسح الشامل حيث أفادنا في الحصول على نتائج دقيقة.

وفي الأخير توصلنا إلى النتائج التالية :

- يسمى قسم العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر "بخلية الإتصال" ويحظى بمكانة هامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
 - تقوم خلية الإتصال بالعديد من المهام و الأنشطة التي تسعى من خلالها إلى كسب تأييد جماهيرها و عملائها وبالتالي كسب ولائهم
 - تستخدم العلاقات العامة العديد من الوسائل المختلفة لأداء وظائفها في المؤسسة رغم أنها ليست متطورة كما هو الحال في الدول المتقدمة
 - تواجه العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر ثلة من العراقيل الوظيفية البشرية , بالإضافة إلى مشاكل تقنية كنفص العتاد و في الأخير تعاني المؤسسة نوعا ما من عدم الفهم الكامل لوظائف المنوطة بالعلاقات العامة
 - تقوم إدارة مؤسسة إتصالات الجزائر بإستخدام بعض أساليب تقييم أداء العلاقات العامة حتى تتمكن من
 - معرفة نقاط قوتها و ضعفها و بالتالي تعمل على تحسينها حتى تفادى أي مشاكل قد تفسد صورتها أما زبائنها , جماهيرها و عملائها.
- الكلمات المفتاحية:** العلاقات، العلاقات العامة ، المؤسسة الخدمائية، اتصالات الجزائر.

باللغة الفرنسية:

Cette étude était une tentative de clarifier la réalité des relations publiques dans l'institution de service algérienne, en particulier. La plupart des organisations, sinon toutes, ont désespérément besoin d'une gestion efficace

des relations publiques. Donnez-lui le statut approprié pour exercer pleinement ses fonctions.

Nous avons pris Alger Communications Constantine-Bousouf pour l'étude de terrain, où nous avons cherché Réponse à la question principale : Quelle est la réalité des relations publiques dans l'institution ? « Société algérienne de télécommunications Constantine ».

Le but de cette étude est:

- Mettre en évidence le statut de la Fondation algérienne pour les relations publiques
- Connaître les problèmes de relations publiques de l'institution
- Savoir comment les relations publiques réussissent à atteindre leurs objectifs au sein de l'organisation
- Connaître les moyens les plus importants utilisés par les relations publiques pour influencer leurs publics internes et externes

•

Nous avons utilisé l'approche descriptive, car elle aide à décrire et à interpréter avec précision l'information recueillie. Analyse quantitative à l'aide de divers outils d'entrevue et de formulaire, comme pour un échantillon

L'étude s'est appuyée sur une enquête exhaustive qui nous a permis d'obtenir des résultats exacts et de trouver Une réponse aux questions de l'étude.

- La demande comprend également deux chapitres, l'un intitulé "Cadre méthodologique pour l'étude" et l'autre sous Le titre de la décharge de données de l'étude, l'analyse et les conclusions à la lumière des questions, des objectifs et des études antérieures.
- Le département des relations publiques de la Corporation des télécommunications d'Alger est appelé "cellule de communication" et jouit du statut de Important dans la structure organisationnelle de l'organisation

- La cellule de liaison effectue de nombreuses tâches et activités par lesquelles elle cherche à obtenir le soutien de ses fans Ses clients et ainsi gagner leur fidélité
- La RP utilise de nombreux moyens différents pour remplir ses fonctions au sein de l'institution, même si elle n'est pas très Sophistiqué comme dans les pays développés
- Les relations publiques à la Corporation des Télécommunications d'Alger sont confrontées à un certain nombre d'obstacles fonctionnels humains, en plus
- Problèmes techniques tels que le manque d'équipement, et dans ce dernier cas, l'institution souffre quelque peu d'un manque de compréhension complète des fonctions assignées Relations publiques
- La direction de la Fondation Alger Télécom utilise certaines méthodes d'évaluation de la performance des relations publiques afin qu'elle puisse Connaître leurs forces et leurs faiblesses et ainsi les améliorer afin d'éviter tout problème qui pourrait gâcher leur image devant eux Clients, publics et clients.

Mots clés : relations, relations publiques, organisation des services, Algérie Télécom.

باللغة الإنجليزية:

This study was an attempt to clarify the reality of public relations in the Algerian service institution, in particular. Most, if not all, organizations desperately need effective public relations management Give them the proper status to fully performt heir duties.

We took Algiers Communications Constantine-Bousouf for the fieldstudy, where we searched the Answer to the main question:

What is the reality of public relations in the institution? «Société algérienne de télécommunications Constantine»

The aim of this study is:

- Highlighting the status of the Algerian Service Foundation for Public Relations
- Knowing the problems faced by the institution's public relations
- Know how successful public relations are in achieving their goals in the organization
- Know the most important means used by public relations to influence their internal and external audiences

We used the descriptive approach as it helps to accurately describe and interpret the information collected. Quantitative analysis is using various interview and form tools, such as for a sample

The study was based on a comprehensive survey that allowed us to obtain accurate results and find an answer to the study questions

The title of the study data release, analysis and conclusions in light of previous questions, objectives and studies.

- The Public Relations Department of the Telecommunications Corporation of Algiers is called the "communications unit" and has the status of Important in the organizational structure of the organization
- The Liaison Cell performs many tasks and activities where they seek support from their fans, its customers and thus earn their loyalty
- PR uses many different means to carry out its functions within the institution, even if it is not very sophisticated as in developed countries
- Public relations at the Alger Telecommunications Corporation are facing a number of human functional obstacles, in addition to

Technical problems such as lack of equipment, and in the latter case the institution suffers somewhat from a lack of complete understanding of the assigned functions

Keywords: relations, public relations, service organization, Algeria Telecom.

