

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3 -



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

دور الإشهار الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة  
الفندقية

(دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الخارجي لفندق البساط الأحمر. ميله)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات العامة

إشراف الأستاذة:

- لمرابط أسماء

إعداد الطالبتان:

- بن سعيود هند

- بوغابة فتيحة

السنة الدراسية: 2023/2022

# ملخص

. الملخص باللغة العربية

. الملخص باللغة الإنجليزية

. الملخص باللغة الفرنسية

## ملخص:

ينطلق موضوع دراستنا "دور الإشهار الإلكتروني في تحسين صورة المؤسسة الفندقية"، من خلال إشكالية تبين دور الإشهار و تطوره من إشهار تقليدي إلى إشهار الكتروني، بعدها تحدثنا عن ازدياد الاهتمام بالصورة الذهنية و أهميتها بالنسبة للمؤسسات، بعدها تطرقنا للمؤسسة الفندقية و كيفية اعتمادها على الإشهار الإلكتروني في عملية تحسين صورتها و تعزيزها لدى الجماهير، و بالتالي قمنا بطرح التساؤل التالي: ما هو دور الإشهار الإلكتروني في تحسين صورة المؤسسة الفندقية؟

حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الصورة الذهنية التي يعكسها الإشهار الإلكتروني عن فندق البساط الأحمر من خلال ما يحمله الجمهور من أفكار و انطباعات عنه، و عن مساهمة و تأثير الإشهار الإلكتروني في تشكيل صورة حسنة عن هذا الفندق. و تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية معتمدة على المنهج الوصفي، بالاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات اللازمة لإتمام الدراسة، كما استندت على النظرية البنائية الوظيفية. و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- يؤثر الإشهار الإلكتروني بشكل كبير في تحسين الصورة الذهنية لفندق البساط الأحمر.
- أكدت الدراسة أن الإشهار الإلكتروني لفندق البساط الأحمر يساهم في إعطاء صورة حسنة عنه.
- يعتمد فندق البساط الأحمر على العديد من الآليات في إطار تحسين صورته لدى جماهير المختلفة.

**الكلمات المفتاحية: الإشهار الإلكتروني/ الصورة الذهنية/ المؤسسة الفندقية.**

## **Résumé :**

Dans cette étude, nous avons traité un sujet qui est : le rôle de la publicité électronique dans l'amélioration de l'image de l'établissement hôtelier, et ceci à travers une problématique qui montre le rôle de la publicité électronique et son évolution de la publicité traditionnelle à la publicité électronique, puis nous avons parlé de l'intérêt croissant pour l'image mentale et de son importance pour les institutions. Ensuite, nous avons évoqué l'établissement hôtelier et comment il s'est appuyé sur la publicité électronique dans le processus d'amélioration de son image et de sa valorisation auprès des masses, et donc nous avons posé la question suivante :

### **Quel est le rôle de la publicité électronique dans l'amélioration de l'image de l'établissement hôtelier ?**

Cette étude vise à révéler la nature de l'image mentale présentée par la publicité électronique sur L'Hôtel Tapis Rouge à travers les idées et les impressions du public à son sujet, ainsi que la contribution et l'impact de la publicité électronique dans la formation d'une bonne image de cet hôtel.

Cette étude s'inscrit dans le cadre des études descriptives basées sur l'approche descriptive, s'appuyant sur le formulaire de questionnaire comme outil pour recueillir les informations nécessaires à la réalisation de l'étude, car elle était basée sur la théorie structurale-fonctionnelle.

L'étude a abouti à plusieurs résultats, dont les plus importants sont:

- \_ La publicité électronique a un effet significatif sur l'amélioration de l'image mentale du Hôtel Tapis Rouge.
- \_ L'étude a confirmé que la publicité électronique du Hôtel Tapis Rouge contribue à en donner une bonne image
- \_ L'Hôtel Tapis Rouge s'appuie sur de nombreux dispositifs dans le cadre de l'amélioration de son image auprès des différents publics.

**Mots clés : publicité électronique/ image mentale/ établissement hôtelier.**

## **Summary :**

In this study, we have dealt with an important which is: the role of electronic advertising in improving the image of the hotel establishment, and this is through a problem that shows the role of electronic advertising and its development from traditional advertising to electronic advertising, then we moved on to talk about the increasing interest in the mental image and its importance for institutions Then we discussed the hotel establishment and how it relied on electronic advertising in the process of improving its image and enhancing it with the masses, and therefore we asked the following question:

### **What is the role of electronic advertising in improving the image of the hotel establishment?**

This study aims to reveal the nature of the mental image presented by electronic advertising about the Red Carpet Hotel through the ideas and impressions of the public about it, and the contribution and impact of electronic advertising in shaping a good image of this hotel.

This study falls within the descriptive studies based on the descriptive approach, relying on the questionnaire form as a tool to collect the information necessary to complete the study, as it was based on the structural-functional theory.

The study reached several results, the most important of which are:

- \_ Electronic advertising has a significant effect on improving the mental image of the Red Carpet Hotel
- \_ The study confirmed that electronic advertising for the Red Carpet Hotel contributes to giving a good image of it
- \_ The Red Carpet Hotel relies on many mechanisms in the framework of improving its image among the different audiences.

**Keywords: electronic advertising/ mental image/ hotel establishment.**

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

❖ شكر وتقدير

❖ مقدمة ..... ص 16

### الفصل الأول: البناء المنهجي للدراسة:

أولاً/ إشكالية الدراسة و تساؤلاتها..... ص 19

ثانياً/ أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة..... ص 21

ثالثاً/ أهداف الدراسة..... ص 22

رابعاً/ الدراسات السابقة..... ص 22

خامساً/ منظور الدراسة..... ص 27

سادساً/ تحديد مفاهيم الدراسة..... ص 29

سابعاً/ نوع الدراسة و منهجها..... ص 37

ثامناً/ مجتمع الدراسة..... ص 38

تاسعاً/ عينة الدراسة..... ص 39

عاشراً/ أدوات جمع البيانات..... ص 39

أحداً عشر/ مجالات الدراسة..... ص 42

### الفصل الثاني: الإشهار الالكتروني

تمهيد ..... ص 50

أولاً/ ظهور و تطور الإشهار الالكتروني..... ص 50

ثانياً/ أهداف الإشهار الالكتروني..... ص 52

ثالثا/ خصائص الإشهار الالكتروني.....	ص 54
رابعا/ أشكال الإشهار الالكتروني.....	ص 56
خامسا/ أسس نجاح الإشهار الالكتروني.....	ص 59
سادسا/ خطوات تصميم الإشهار الالكتروني.....	ص 61
سابعا/ الإشهار الالكتروني كعملية اتصالية.....	ص 62

### الفصل الثالث: الصورة الذهنية

<b>تمهيد</b> .....	ص 69
أولا / الخلفية التاريخية للصورة الذهنية.....	ص 69
ثانيا/ طبيعة الصورة الذهنية.....	ص 71
ثالثا/ خصائص و سمات الصورة الذهنية.....	ص 73
رابعا/ أهمية و وظائف الصورة الذهنية.....	ص 75
خامسا/ مكونات الصورة الذهنية.....	ص 77
سادسا/ مصادر تكوين الصورة الذهنية.....	ص 79
سابعا/ أبعاد الصورة الذهنية.....	ص 80
ثامنا/ أنواع الصورة الذهنية.....	ص 81
تاسعا/ إستراتيجية بناء الصورة الذهنية.....	ص 85

### الفصل الرابع: المؤسسة الفندقية

<b>تمهيد</b> .....	ص 97
أولا/ التطور التاريخي للمؤسسة الفندقية.....	ص 97



ثاني/ رواد المؤسسة الفندقية.....ص 99

ثالثا/ أنواع المؤسسة الفندقية.....ص 101

رابعا/ وظائف المؤسسة الفندقية.....ص 101

خامسا/ عوامل نجاح المؤسسة الفندقية.....ص 104

سادسا/ تصنيف المؤسسات السياحية الفندقية في الجزائر.....ص 106

### الفصل الخامس: الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد.....ص 112

أولا/ عرض البيانات و تحليلها.....ص 113

\* النتائج العامة للدراسة التحليلية .....ص 139

\* نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات .....ص 140

\* آفاق الدراسة .....ص 142

❖ خاتمة .....ص 143

❖ قائمة المصادر والمراجع .....ص 145

❖ الملاحق .....ص 153