

قسم الفنون البصرية وفنون العرض

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص فن الاشهار

تحت عنوان

دور الاشهار في الترويج السياحي

تصميم ومضة إخبارية لفندق (New Day) بالجزائر العاصمة

—أنموذجا—

— تحت إشراف:

د. حمزه تريكي

— إعداد:

ط. شيماء لعبيدي.

ط. سهام صحوي.

—لجنة المناقشة:

رئيسا

د. جمال مفرج

مشرفا مقرر

د. حمزه تريكي

مناقشا

د. سمية بن دكوم

السنة الجامعية: 2024 / 2023

فهرس المحتويات:

Table des matières

إهداء.....	12
.....	12
شكر وتقدير.....	12
مقدمة.....	12
مدخل.....	12
تمهيد.....	12
1- مفهوم الاشهار.....	12
1-1 لغة.....	12
1-2 اصطلاحا.....	12
2- مفهوم الدعاية.....	13
3- ماهية الترويج.....	14
4- ماهية السياحة.....	15
5- مفهوم الفندقية.....	18
خلاصة.....	20
تمهيد.....	21
1-لمحة موجزة عن تاريخ الاشهار بالجزائر.....	21
1-1-المرحلة الأولى (1989-1962).....	22
2-1-المرحلة الثانية (2005-1990).....	22
3-1-المرحلة الثالثة (2024-2006).....	22
2-واقع الاشهار في الجزائر.....	22
3-استراتيجيات الاشهار في الجزائر:.....	23
3-1-السوق الاشهارية في الجزائر:.....	25
3-2-آليات تطوير السوق الإشهارية:.....	26
4-المؤثرات والتأثيرات.....	28

28.....	4-1- تأثير الإشهار على الاقتصاد الوطني
28.....	4-2- تأثير الإشهار على المجتمع الجزائري
31.....	خلاصة
34.....	- تمهيد
34.....	1- أهمية الترويج السياحي
35.....	1-1- المنتج السياحي
36.....	1-2- وسائل الترويج السياحي
39.....	2- استراتيجيات الترويج السياحي في الجزائر
41.....	2-2- التحديات والفرص في الترويج السياحي في الجزائر
41.....	2-3- العوامل المؤثرة في الطلب السياحي
44.....	3- دور المؤسسات الفندقية الجزائرية في صنع السياحة
44.....	3-1- الإطار القانوني للمؤسسات الفندقية
45.....	3-2- تسيير المؤسسات الفندقية
51.....	4- معايير تصنيف الفنادق في الجزائر
52.....	4-2- أنواع المؤسسات الفندقية
53.....	4-1-2- الفنادق
58.....	خلاصة
59.....	تمهيد
59.....	1- لمحة موجزة عن عينة الدراسة:
60.....	1-1- المكان:
60.....	1-2- الهيكل التنظيمي للفندق:
67Error! Bookmark not defined.....	1-3- المجال الإحصائي
73.....	2- الدراسة التطبيقية
83.....	خلاصة:
84.....	نتائج الدراسة:
85.....	خاتمة
93.....	قائمة المصادر والمراجع:

فهرس الأشكال والجداول

الجدول 1 تصنيفات أنواع المؤسسات الفندقية حسب عدد النجوم. Error! Bookmark not defined.
 الجدول 2 الخدمات المقدمة وحجم كل غرفة. Error! Bookmark not defined.

الشكل 1 أعلى قنوات مرور الإعلانات على مستوى الفندق. Error! Bookmark not defined.
 الشكل 2 نسبة المشاهدات على أجهزة التصفح الالكترونية. Error! Bookmark not defined.
 الشكل 3 مدى الوصول على فيسبوك. Error! Bookmark not defined.
 الشكل 4 نسبة المشاهدات في مختلف الدول. Error! Bookmark not defined.
 الشكل 5 نسبة المتابعين النساء والرجال على الفيسبوك. Error! Bookmark not defined.
 الشكل 6 نسبة الحجوزات في الفندق. Error! Bookmark not defined.

ملخص الدراسة:

يُعدّ الإشهار في الجزائر قطاعًا حيويًا يؤثر بشكل كبير على المجتمع والاقتصاد الوطني، حيث يلعب دورًا محوريًا في توجيه السلوك الاستهلاكي وتعزيز الوعي بالمنتجات والخدمات المتاحة، مما يساهم في تحسين مستوى المعرفة والمعلومات لدى الجمهور حول الخيارات المتاحة في السوق، ولقد شهدت الجزائر اليوم تطورًا ملحوظًا في قطاع الإشهار، ومع زيادة الاهتمام بالإعلانات عبر مختلف الوسائط مما يعكس نمو السوق الإعلانية وتطورها. أمّا من الناحية الاجتماعية فإنّ الإشهار يساهم في تشكيل وتوجيه الذوق العام والقيم الثقافية من خلال الرسائل التي ينقلها، ناهيك على أن الإشهار يساهم في زيادة الاستثمارات وتحسين المبيعات وتحقيق عائدات اقتصادية كبيرة وتنشيط الاقتصاد الوطني وفيما يتعلق بالخدمات السياحية الفندقية فإنّ الإشهار يعتبر أداة فعالة لجذب السياح وتعزيز قطاع السياحة، من خلال الترويج للمرافق والخدمات المتميزة التي تقدمها الفنادق، مما يعزز سمعة الجزائر كوجهة سياحية متميزة.

الكلمات المفتاحية: الإشهار، زيادة الاستثمارات، تحسين المبيعات، السياحة، الاقتصاد، الفنادق، الترويج، الخدمات.

Study Summary:

Advertising in Algeria is a vital sector that greatly affects society and the national economy, as it plays a pivotal role in directing consumer behavior and enhancing awareness of available products and services, which contributes to improving the level of knowledge and information among the public about the options available in the market. Today, Algeria has witnessed a remarkable development in the advertising sector, with the increased interest in advertisements across various media, which reflects the growth and development of the advertising market. From a social standpoint, advertising contributes to shaping and directing public taste and cultural values through the messages it conveys. Not to mention that advertising contributes to increasing investments, improving sales, achieving significant economic returns, and stimulating the national economy. With regard to hotel tourism services, advertising is considered an effective tool to attract tourists and promote. The tourism sector, by promoting the distinguished facilities and services provided by hotels, which enhances Algeria's reputation as a distinguished tourist destination.

Key Words: Advertising, Increasing Investments, Improving Sales, Tourism, Economics, Hotel, Promotion, Services.