

جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في تكنولوجيا الاتصال الجديدة

الميدان: علوم إنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

مقدمة من طرف:

— بوزيد عائشة

— بن دومة حولة

**الموضوع:**

**مساهمة الإشهار الإلكتروني في ترويج العلامة التجارية لمؤسسة موبيليس  
"دراسة وصفية تحليلية للموقع الإلكتروني"**

**"MOBILIS.DZ"**

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2015/05/24

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ: الهادي سرايا.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة ( رئيسا

الأستاذة: زهية يسعد.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

الأستاذ: فضيلة تومي.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2015/2014

# مُلخَص الأدراسة

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن درجة مساهمة الإشهار الإلكتروني في الترويج للعلامة التجارية عبر الموقع الإلكتروني، ومن هنا تكمن أهميته الفعالة، خاصة مع زيادة حدة المنافسة والتطور التكنولوجي، الذي يشهده قطاع الخدمات. لذلك قمنا بدراسة ميدانية لإحدى المديرية الجهوية التابعة للمؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال \_ موبيليس\_ بقصد التعرف على درجة اهتمام المؤسسة بالإشهار عبر موقعها الإلكتروني، تمثل منهج الدراسة في المنهج الوصفي التحليلي، وعلى ضوء ذلك قام الباحثين ببناء استمارة تحليل محتوى مكونة من ثلاثة محاور: محور للبيانات الأولية، ومحور لفئات الشكل، ومحور لفئات المضمون. وتم توزيع الاستمارة على نخبة من الباحثين من أجل إثبات صحتها، بحيث تكونت عينة الدراسة من 38 منشور إعلاني خضع للتحليل. وتوصلنا إلى أن الإشهار الإلكتروني يحتل مكانة كبيرة لدى المؤسسة، وهذا بالنظر إلى دوره الفعال في الترويج لسلع وخدمات المؤسسة، ومن ثمة خلق ميزة تنافسية، عن طريق تصميم رسالة إشهارية إلكترونية، تعكس صورة المؤسسة المميزة عن مثيلاتها قصد التأثير في الزبائن، وإرضائهم وكسب ولائهم. وبالتالي الترويج لعلامة المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: الإشهار الإلكتروني \_ الترويج \_ العلامة التجارية

## Résumé

L'objectif de cette étude est d'essayer de déterminer le degré d'influence de la publicité électronique sur la propagation d'une marque commerciale à travers des sites électroniques. De là, il apparait son importance, spécialement avec une augmentation des concurrents et le développement technologique qu'on voit dans les prestations de services d'une entreprise. Pour cela, on a fait une étude sur le terrain dans l'une des directions régionales Sous la tutelle de la télécommunication Algérienne Mobilis.

Notre but est de définir le degré de l'intention de l'entreprise en vers les sites électronique, Pour cela nous avons choisi la méthode descriptive et analytique, ou on a élaboré un genre de questionnaire analytique du contenu qui prend trois (03) parties : la première partie c'est les Premiers données, la seconde partie c'est la catégorie des formes et la dernière partie est consacrée pour le fond.

De là, nous avons passé à la distribution du questionnaire à un ensemble d'enseignants universitaires pour confirmer de la justesse de ce questionnaire. Donc, avons pris un échantillon pour notre étude qui, est constitué de 38 avis de publicité pour notre analyse.

Nous avons arrivé à déterminer l'importance de la place qui occupe La publicité dans une entreprise à caractère commerciale pour vendre ses produits. De la, l'idée de concurrence était créée à travers des lettres publicitaires électronique qui influe sur la population afin de vendre plus et qui garantie la progression du développement de l'entreprise.

**Les mots clés :** la publicité électronique ; la propagation ; la marque commerciale.