

دراسات نقدية ٣

اعداد الباحثة : هبة عبدالله المنيع
اشراف الدكتور : محمد الخولي



بحث عن العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

<https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/9597>

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر - 03-

قسم: العلوم التجارية



أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية

تخصص إدارة وتسويق الخدمات

بعنوان:

العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

مع الإشارة لتجربة الإمارات العربية المتحدة -إمارة الشارقة-

تحت إشراف الأستاذ:

هدير عبد القادر

من إعداد الطالبة:

محمدي وافية

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	مؤسسة الانتماء
كواش خالد	أستاذ	رئيساً	جامعة الجزائر 3
هدير عبد القادر	أستاذ	مقرراً	جامعة الجزائر 3
شعبان رشيدة	أستاذة	عضوا	جامعة الجزائر 3
موفق علي	أستاذ	عضوا	ENSSEA
بن قشوة جلول	أستاذ	عضوا	جامعة الأغواط
قاسم كريم	أستاذ	عضوا	ESC

السنة الجامعية 2023/2022

“اختيار رسالة دكتوراه في مجال تخصصك، تحديد الفجوات البحثية التي أشار لها الباحث ثم تحليل مدى إسهام الرسالة محل الدراسة في تطوير الموضوع البحثي غلق الفجوات البحثية؟



الرسالة

العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية

تحديد الفجوات البحثية وتحليل مدى إسهام الرسالة في تطوير الموضوع البحثي وغلق الفجوات :

الفجوات البحثية التي حددتها الدراسة

1. قصور الدراسات السابقة:

لاحظت الباحثة وجود تركيز واسع على موضوع الترويج السياحي بشكل عام، بينما تعاني العلاقات العامة السياحية من ضعف شديد في تناول الأكاديمي المنهجي، خاصة فيما يخص وظائفها، تقنياتها، وأثرها المباشر على الصورة الذهنية للوجهات السياحية. وهو ما شكل ثغرة معرفية حقيقية في هذا المجال.

2. ضعف استغلال العلاقات العامة في السياحة الجزائرية:

توصلت الباحثة إلى أن مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر لا تستغل إمكانيات العلاقات العامة السياحية بشكل كافٍ أو فعال ضمن استراتيجياتها الترويجية، حيث يغلب على الممارسات طابع الارتجال والجهود الموسمية غير المنتظمة.

3. غياب التخطيط الاستراتيجي الاتصالي:

تشير الدراسة إلى غياب رؤية اتصالية متكاملة لدى الجهات السياحية الجزائرية، مما يؤثر سلباً على فعالية الرسائل الترويجية الموجهة للجمهور المحلي والدولي، ويحد من قدرتها على التنافس الإقليمي.

4. فجوة بين الإمكانيات السياحية المتاحة ومستوى الترويج:

سلطت الباحثة الضوء على المفارقة بين ما تملكه الجزائر من مقومات طبيعية وثقافية وسياحية فريدة، وبين ضعف الأداء الترويجي، وهو ما يشكل فجوة بين القدرات الكامنة والنتائج المحققة على أرض الواقع.

إسهام الرسالة في تطوير الموضوع وغلق الفجوات

1. سد النقص النظري والتطبيقي:

أسهمت الرسالة في بناء إطار نظري متكامل للعلاقات العامة السياحية، حيث تناولت المفهوم، الوظائف، الوسائل، والأساليب الاتصالية، وربطتها بشكل منهجي مع الترويج السياحي، ما ساعد على إثراء المحتوى العلمي العربي في هذا المجال المهم.

2. دراسة مقارنة ذات دلالة تطبيقية:

قمت الباحثة نموذجًا تطبيقيًا من خلال تحليل تجربة هيئة الإنماء التجاري والسياحي بإمارة الشارقة، كأحد أنجح النماذج العربية في استخدام العلاقات العامة في الترويج السياحي، ما يوفّر مرجعية عملية قابلة للتطبيق في السياق الجزائري والعربي عمومًا.

3. تحليل الواقع السياحي الجزائري بدقة علمية:

لم تكتف الرسالة بتوصيف الوضع، بل حلت واقع الأداء الاتصالي والترويجي في المؤسسات السياحية الجزائرية، وكشفت جوانب القصور المؤسسي، والتحديات التي تعيق فعالية العلاقات العامة.

4. اقتراح حلول عملية لغلق الفجوات:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي تُعد بمثابة خريطة طريق لتفعيل العلاقات العامة السياحية، من أبرزها:

- بناء استراتيجية ترويجية وطنية قائمة على العلاقات العامة.
- تدريب وتأهيل الكوادر الاتصالية في المؤسسات السياحية.
- استثمار الوسائل الرقمية والإعلام الجديد في الترويج.
- الاستفادة من التجارب العربية الناجحة في السياحة (مثل تجربة الشارقة).

ختاماً

يمكن القول إن هذه الأطروحة قدمت إسهاماً علمياً أصيلاً في ميدان العلاقات العامة السياحية، حيث نجحت في تحديد فجوات بحثية حقيقية، وعالجتها من خلال منهجية دقيقة وتحليل تطبيقي معمق، مما يجعلها تسهم بفعالية في تطوير المعرفة العلمية، وخلق الفجوات القائمة في الأدبيات العربية المعاصرة حول الموضوع



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

