

الفهرس العام

الصفحة	الفهرس
-	شكر وعرفان
-	إهداء
I	الفهرس
XV	قائمة الجداول
XVII	قائمة الأشكال
أ	الإطار العام للدراسة
ب	توطئة
ث	أولاً- إشكالية الدراسة
ج	ثانياً- أهمية الدراسة
ج	ثالثاً- أهداف الدراسة
ح	رابعاً- دوافع الدراسة
خ	خامساً- فروض الدراسة
خ	سادساً- حدود الدراسة
د	سابعاً- منهج الدراسة
د	ثامناً- الدراسات السابقة
س	تاسعاً- تقسيم الدراسة
ص	عاشراً- صعوبات الدراسة
01	الفصل الأول: الإعلام والاقتصاد
02	مقدمة الفصل
03	المبحث الأول: جوهر وطبيعة الإعلام

الصفحة	الفهرس
03	المطلب الأول: مفاهيم نظرية حول ماهية الإعلام وتطوره
03	الفرع الأول: ماهية الإعلام
07	الفرع الثاني: التطور التاريخي لوسائل الإعلام
09	الفرع الثالث: مبادئ الإعلام وأساسه
11	المطلب الثاني: نظريات الإعلام
11	الفرع الأول: علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام
11	الفرع الثاني: أهم نظريات الإعلام
19	المطلب الثالث: أساسيات الإعلام ووظائفه
19	الفرع الأول: أنواع الإعلام
19	الفرع الثاني: وظائف الإعلام
21	الفرع الثالث: أهمية الإعلام وأنواع وسائله
27	المبحث الثاني: وسائل الإعلام الحديثة
27	المطلب الأول: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة
28	الفرع الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام الحديثة
32	الفرع الثاني: تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على حياة الفرد والمجتمع
34	الفرع الثالث: خصائص وسمات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة
37	الفرع الرابع: وظائف تكنولوجيا الإعلام الحديثة
40	المطلب الثاني: الإعلام الجديد
40	الفرع الأول: تطور فكرة الإعلام الجديد
44	الفرع الثاني: الاتجاهات العشرة للإعلام الجديد

الصفحة	الفهرس
45	الفرع الثالث: سمات الاتصال باستخدام الإعلام الجديد
46	المبحث الثالث: علاقة الإعلام بالاقتصاد
46	المطلب الأول: تبادل الأدوار بين الإعلام والاقتصاد
47	الفرع الأول: الاقتصاد وأدواره
48	الفرع الثاني: الإعلام والاقتصاد شراكة دائمة
50	الفرع الثالث: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وتعميق العولة
53	المطلب الثاني: الإعلام الاقتصادي
54	الفرع الأول: ماهية الإعلام الاقتصادي
56	الفرع الثاني: أهمية الإعلام الاقتصادي ووظائفه
58	الفرع الثالث: أساليب الإعلام الاقتصادي وهدف حملاته الإعلامية
58	المطلب الثالث: الإعلام والتنمية الاقتصادية
59	الفرع الأول: أساسيات التنمية الاقتصادية
62	الفرع الثاني: دور الإعلام في تنمية الاقتصاد
64	خلاصة الفصل
65	الفصل الثاني: طبيعة السياحة والتنمية السياحية في الجزائر
66	مقدمة الفصل
67	المبحث الأول: أساسيات عامة في السياحة
67	المطلب الأول: بروز السياحة وتطورها
67	الفرع الأول: نشأة السياحة
69	الفرع الثاني: الأسباب العامة التي أدت إلى توسع وانتشار السياحة

الصفحة	الفهرس
70	الفرع الثالث: مراحل تطور السياحة
71	الفرع الرابع: دوافع السياحة
71	الفرع الخامس: أركان السياحة
73	المطلب الثاني: طبيعة السياحة
73	الفرع الأول: جوهر السياحة
76	الفرع الثاني: مفاهيم عامة حول السياحة والسائح
81	الفرع الثالث: خصائص السياحة
82	المطلب الثالث: صناعة السياحة وأسسها
84	الفرع الأول: عناصر صناعة السياحة
84	الفرع الثاني: خصائص صناعة السياحة
85	الفرع الثالث: صناعة السياحة في العالم
86	الفرع الرابع: أسس السياحة
93	المبحث الثاني: تصنيفات السياحة وأهميتها الاقتصادية
93	المطلب الأول: تصنيفات السياحة
94	الفرع الأول: التقسيم وفقا للعدد
94	الفرع الثاني: التقسيم وفقا للجنسية
95	الفرع الثالث: التقسيم وفقا للمناطق الجغرافية
95	الفرع الرابع: التقسيم وفقا للعمر
96	الفرع الخامس: التقسيم وفقا للغرض
102	الفرع السادس: التقسيم وفقا لمدة الإقامة

الصفحة	الفهرس
102	المطلب الثاني: أهمية ودور السياحة في تحقيق التنمية بالاقتصاد العالمي
102	الفرع الأول: أهمية السياحة على المستوى العالمي
108	الفرع الثاني: دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية
114	الفرع الثالث: فوائد وعيوب السياحة
116	الفرع الرابع: مقومات السياحة الناجحة والفاعلة
117	المبحث الثالث: قضية التنمية السياحية في الجزائر
117	المطلب الأول: عموميات حول التنمية السياحية
118	الفرع الأول: مفاهيم في التنمية السياحية
119	الفرع الثاني: أهداف التنمية السياحية
120	الفرع الثالث: عوامل التنمية السياحية
122	المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي بالجزائر
123	الفرع الأول: المقومات الطبيعية
124	الفرع الثاني: المقومات التاريخية والأثرية
128	الفرع الثالث: المقومات السياحية المادية
135	المطلب الثالث: الجزائر والتنمية السياحية
135	الفرع الأول: التنمية السياحية في الجزائر
137	الفرع الثاني: معوقات التنمية السياحية بالجزائر
138	الفرع الثالث: أسس تفعيل الدور التنموي للسياحة بالجزائر
146	خلاصة الفصل
147	الفصل الثالث: كفاءة التسويق السياحي

الصفحة	الفهرس
148	مقدمة الفصل
149	المبحث الأول: مدخل للتسويق والتسويق الخدماتي
149	المطلب الأول: أساسيات عن التسويق
149	الفرع الأول: مراحل تطور مفهوم التسويق
150	الفرع الثاني: مفهوم التسويق
152	الفرع الثالث: وظائف التسويق
153	الفرع الرابع: أهمية التسويق
155	المطلب الثاني: تسويق الخدمات
155	الفرع الأول: تعريف وطبيعة الخدمة
159	الفرع الثاني: جوهر تسويق الخدمة
162	الفرع الثالث: المزيج التسويقي للخدمات
164	المبحث الثاني: الإطار النظري للتسويق السياحي
164	المطلب الأول: أساسيات عامة في التسويق السياحي
164	الفرع الأول: مفهوم التسويق السياحي
167	الفرع الثاني: خصائص التسويق السياحي
168	الفرع الثالث: وظائف التسويق السياحي
168	الفرع الرابع: أهداف التسويق السياحي
170	المطلب الثاني: المزيج التسويقي السياحي
171	الفرع الأول: المنتج السياحي
175	الفرع الثاني: التسعير السياحي

الصفحة	الفهرس
180	الفرع الثالث: التوزيع السياحي
183	الفرع الرابع: الترويج السياحي
184	الفرع الخامس: الدليل المادي
185	الفرع السادس: الأفراد
186	الفرع السابع: عملية تقديم الخدمة
187	المطلب الثالث: السوق السياحي
187	الفرع الأول: تعريف السوق السياحي وأنواعه
188	الفرع الثاني: الطلب السياحي
191	الفرع الثالث: العرض السياحي
193	المبحث الثالث: الكفاءة التسويقية
194	المطلب الأول: جوهر الكفاءة التسويقية
194	الفرع الأول: تعريف الكفاءة
195	الفرع الثاني: مفهوم الكفاءة التسويقية
195	الفرع الثالث: مكونات الكفاءة التسويقية
196	المطلب الثاني: أقسام الكفاءة التسويقية
196	الفرع الأول: الكفاءة العملية
197	الفرع الثاني: الكفاءة السعرية
198	المبحث الرابع: التسويق السياحي في الجزائر
198	المطلب الأول: الاستراتيجية الوطنية للتسويق السياحي
199	الفرع الأول: مخططات إنعاش السوق السياحية الجزائرية

الصفحة	الفهرس
202	الفرع الثاني: مكونات خطة تسويق وجهة الجزائر
203	الفرع الثالث: آفاق مخطط التهيئة السياحية إلى غاية 2025.
206	الفرع الرابع: تدابير دعم التسويق السياحي
208	المطلب الثاني: آليات ومتعاملين لتنفيذ الاستراتيجية التسويقية السياحية بالجزائر
209	الفرع الأول: وزارة السياحة والصناعات التقليدية وتهيئة الإقليم
211	الفرع الثاني: مديريات السياحة
213	الفرع الثالث: آليات أخرى لتنفيذ الاستراتيجية السياحية للجزائر
218	المطلب الثالث: التسويق السياحي الإلكتروني في الجزائر
218	الفرع الأول: التسويق الإلكتروني
221	الفرع الثاني: التسويق السياحي الإلكتروني
224	الفرع الثالث: التسويق السياحي الإلكتروني بالجزائر
226	خلاصة الفصل
227	الفصل الرابع: الأثر التسويقي للإعلام السياحي
228	مقدمة الفصل
229	المبحث الأول: الإعلام السياحي وأهميته
229	المطلب الأول: ماهية الإعلام السياحي
230	الفرع الأول: الإعلام والسياحة
233	الفرع الثاني: تعريف الإعلام السياحي
235	الفرع الثالث: من يقوم بالإعلام السياحي؟
236	الفرع الرابع: أصول الإعلام السياحي

الصفحة	الفهرس
237	المطلب الثاني: وظائف الإعلام السياحي وأهدافه
238	الفرع الأول: متطلبات الإعلام السياحي
239	الفرع الثاني: وظائف الإعلام السياحي
242	الفرع الثالث: أهداف الإعلام السياحي
243	الفرع الرابع: شروط نجاح الإعلام السياحي
245	المطلب الثالث: أهمية الإعلام السياحي
245	الفرع الأول: نشر المعرفة السياحية
246	الفرع الثاني: تحقيق التوعية السياحية
247	الفرع الثالث: تحقيق الاقتناع لدى السائح
247	الفرع الرابع: تحفيز الطلب على المضمون السياحي
248	الفرع الخامس: الترويج للخدمات السياحية
249	الفرع السادس: احتياج السياحة للإعلام
250	المبحث الثاني: وسائل الإعلام السياحي التقليدية والحديثة
250	المطلب الأول: الوسائل التقليدية في الإعلام السياحي
250	الفرع الأول: وسائل الاتصال الجماهيري في مجال الإعلام السياحي
262	الفرع الثاني: وسائل اتصال أخرى في مجال الإعلام السياحي
266	الفرع الثالث: وسائل الاتصال الجماعي
268	المطلب الثاني: الوسائل الجديدة في الإعلام السياحي
269	الفرع الأول: الانترنت
272	الفرع الثاني: المؤتمرات عن بعد

الصفحة	الفهرس
273	الفرع الثالث: الهااتف (الثابت والمتحرك)
274	الفرع الرابع: راديو الانترنت
275	الفرع الخامس: الصحافة الالكترونية
277	الفرع السادس: التلفزيون في عصر الويب
278	المطلب الثالث: أنواع الإعلام السياحي و آثاره ومشاكله
278	الفرع الأول: أنواع الإعلام السياحي
280	الفرع الثاني: آثار انفتاح الإعلام السياحي
281	الفرع الثالث: المشاكل التي يعاني منها الإعلام السياحي
282	المبحث الثالث: الدور التسويقي للإعلام وأثره على النشاط السياحي
283	المطلب الأول: التسويق الإعلامي والسياحة
283	الفرع الأول: التسويق الإعلامي السياحي ووسائله
286	الفرع الثاني: أهمية التسويق الإعلامي السياحي وأهدافه
287	الفرع الثالث: الوظيفة التسويقية للإعلام
290	الفرع الرابع: الدور الجوهري للإعلام في تنمية وتسويق السياحة
291	المطلب الثاني: النموذج الإعلامي الدرامي التركي وتسويق السياحة
291	الفرع الأول: التعريف بالجمهورية التركية ومقوماتها السياحية
294	الفرع الثاني: الدراما التركية ومقومات نجاحها في العالم العربي
296	الفرع الثالث: الدراما التركية ودورها في خدمة السياحة
298	المطلب الثالث: النموذج الإعلامي الدرامي الكوري وتسويق السياحة

الصفحة	الفهرس
298	الفرع الأول: التعريف بجمهورية كوريا ومقوماتها السياحية
302	الفرع الثاني: الدراما الكورية ومقومات نجاحها في العالم العربي
304	الفرع الثالث: هل تختطف الدراما الكورية الأضواء من الدراما التركية؟
305	الفرع الرابع: الدراما الكورية والتنمية السياحية
308	خلاصة الفصل
309	الفصل الخامس: دراسة تقييمية للإعلام السياحي الجزائري وآفاقه التسويقية
310	مقدمة الفصل
311	المبحث الأول: الدور الإعلامي السياحي لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة
311	المطلب الأول: مؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT
311	الفرع الأول: نظرة شاملة حول المؤسسة ومهامها
314	الفرع الثاني: المشاريع الاستثمارية للمؤسسة سنة 2016.
315	المطلب الثاني: دراسة تقييمية للتسويق السياحي والإعلام بمؤسسة ONAT
316	الفرع الأول: المراحل الأساسية لإعداد الرسالة التسويقية في مؤسسة ONAT
317	الفرع الثاني: الخطة التسويقية للمؤسسة
319	الفرع الثالث: الإعلام والاتصال بمؤسسة ONAT
321	الفرع الرابع: آليات وسبل لتطوير ومتابعة التسويق السياحي
321	المطلب الثالث: مخطط الأعمال بالمؤسسة بين الواقع والمأمول
321	الفرع الأول: مؤشرات التسيير بالمؤسسة خلال الفترة (2012-2016)
322	الفرع الثاني: ملخص تقييمي للسداسي الأول سنة 2016
323	الفرع الثالث: إطلاق عروض جديدة وتطوير العروض السابقة

الصفحة	الفهرس
323	الفرع الرابع: آفاق مؤشرات التسيير 2017-2021
325	المبحث الثاني: التسويق السياحي لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري
326	المطلب الأول: التعريف بمؤسسة الديوان الوطني الجزائري ووظائفها
326	الفرع الأول: تعريف الديوان الوطني الجزائري
326	الفرع الثاني: مهام الديوان الوطني الجزائري
328	الفرع الثالث: وظائف ونشاطات الديوان الوطني الجزائري
329	الفرع الرابع: أهداف الديوان الوطني الجزائري
329	المبحث الثالث: الإعلام الجزائري وأثره التسويقي على السياحة
330	المطلب الأول: التلفزيون الجزائري والسياحة
330	الفرع الأول: نبذة عن الإعلام الجزائري
332	الفرع الثاني: تعريف وماهية التلفزيون الجزائري
333	الفرع الثالث: التلفزيون الجزائري والإعلام السياحي
335	الفرع الرابع: دور التلفزيون الجزائري في تسويق السياحة الداخلية
336	المطلب الثاني: الإذاعة الجزائرية والسياحة
336	الفرع الأول: الماهية والتطور التاريخي
337	الفرع الثاني: مهام مؤسسة الإذاعة الجزائرية
338	الفرع الثالث: دور الإذاعة الوطنية في الترويج السياحي
340	المطلب الثالث: الصحف والجرائد ووكالة الأنباء الجزائرية والسياحة
340	الفرع الأول: نبذة عن الصحف والجرائد ووكالة الأنباء الجزائرية
341	الفرع الثاني: دور الصحافة في تسويق السياحة بالجزائر

الصفحة	الفهرس
342	الفرع الثالث: وكالة الأنباء الجزائرية وتسويق السياحة
345	المطلب الرابع: السينما الجزائرية والسياحة
347	المطلب الخامس: الانترنت والسياحة بالجزائر
347	الفرع الأول: السياحة الالكترونية
349	الفرع الثاني: مدى استخدام الانترنت في القطاع السياحي بالجزائر
352	المطلب السادس: سفراء السياحة بالجزائر
353	المبحث الرابع: آفاق تسويق السياحة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
355	المطلب الأول: التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
355	الفرع الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
357	الفرع الثاني: تسويق السياحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
358	الفرع الثالث: أسس عامة لنجاح التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي
361	الفرع الرابع: معوقات نجاح التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
362	المطلب الثاني: التسويق السياحي و مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر
362	الفرع الأول: التسويق للمقصد السياحي الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر
364	الفرع الثاني: جهود إعلامية ناجحة لتسويق السياحة الجزائرية
367	الفرع الثالث: بعض التجارب الدولية لتسويق السياحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
372	خلاصة الفصل
373	الخاتمة العامة
380	المراجع
387	الملاحق