

## فهرس المحتويات

	الإهداء
	الشكر
	الملخص
	فهرس المحتويات
أب	مقدمة
<b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
10	الدراسة الاستطلاعية
12	الإشكالية
14	أسباب اختيار الموضوع
14	أهمية الموضوع
15	أهداف الموضوع
15	منهج الدراسة
17	أدوات جمع البيانات
19	مجتمع البحث و عينة الدراسة
20	حدود الدراسة
21	الدراسات السابقة
26	تحديد المفاهيم

## الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول الاستراتيجيات الاتصالية	
30	تمهيد
31	المبحث الأول: مفهوم الاستراتيجيات الاتصالية وأهميتها
33	المبحث الثاني: أنواع الإستراتيجية الاتصالية
34	المبحث الثالث: خصائص الإستراتيجية الاتصالية
36	المبحث الرابع: مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية
39	المبحث الخامس: مبادئ الإستراتيجية
41	المبحث السادس: أهداف الإستراتيجية الاتصالية
43	الخلاصة
الفصل الثاني: الصورة الذهنية	
44	تمهيد
47	المبحث الأول: مفهوم الصورة الذهنية وأهميتها
49	المبحث الثاني: أنواع الصورة الذهنية
51	المبحث الثالث: خصائص وسمات الصورة الذهنية
53	المبحث الرابع: أبعاد الصورة الذهنية ومكوناتها
55	المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات
57	المبحث السادس: إدارة الصورة الذهنية
58	الخلاصة

63	مساهمة استراتيجيات الاتصال في بناء وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة
<b>الجانب الميداني للدراسة</b>	
65	تمهيد
65	تعريف الشركة الوطنية للكهرباء والغاز
68	الهيكل التنظيمي
82	<b>المحور الأول: الإستراتيجيات التي تعتمدها المؤسسة على مستوى الاتصال</b>
89	<b>المحور الثاني: الأدوات الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة في تدعيم وبناء صورتها لدى الجمهور.</b>
95	<b>المحور الثالث: الأهداف التي تركز عليها المؤسسة في بناء إستراتيجياتها الاتصالية</b>
96	نتائج الملاحظة
96	نتائج المقابلة
97	النتائج العامة للدراسة
د	الخاتمة
104	قائمة المراجع
111	الملاحق