

## محاضرات مقياس صورة المؤسسة والاتصال الشامل

الجامعة	الجيلالي بونعامة بخميس مليانة
الكلية	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
القسم	قسم علوم الاعلام والاتصال
المستوى	الثانية ماستر
التخصص	اتصال وعلاقات عامة
المقياس المقرر	صورة المؤسسة والاتصال الشامل
اسم الأستاذ	أقلمين فاطمة الزهراء
نوع الدرس	محاضرات
السداسي	الثالث
المعامل	2
الرصيد	5
نافذة التواصل	f.aguelmin@univ-dbkm.dz

### ملخص وجيز

إن الصورة الذهنية للمؤسسة هي الانطباع العام الذي يتركه المستهلكون عند التفكير في مؤسسة أو علامة تجارية ما.

الصورة الذهنية تعنى تصور الشيء وتكوين انطباعات عنه في العقل بطريقة تساعد في إصدار الأحكام عليه، وهي عبارة عن عمليات معرفية إدراكية تكونت في عقل الإنسان يستخدمها عند التفكير نحو ما يحيط به من أشياء.

لذلك فإن الصورة الذهنية تسهم في اتخاذه لقراراته وتكوين اتجاهاته سواء بشكل سلبي أو إيجابي، والصورة الذهنية قابلة للتغيير، لأنها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل وفق تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية.

هنالك عوامل عديدة تؤثر في تكوين الصورة الذهنية لدى الإنسان، أبرزها الأسرة، والمؤسسات التربوية والتعليمية، والإنتاج المعرفي، والثقافي، ويضاف لها وسائل الإعلام المختلفة، التي تؤدي دورا أكثر فاعلية وخطورة لا سيما بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وما حدث من نمو كبير في صناعة الرسائل الإعلامية التي أصبحت أهم الوسائل في نقل الصور والآراء والأفكار وتدعيم الصور الموجودة أصلا في أذهان الناس، وقد تبين من خلال الدراسات والبحوث أن 70 بالمائة من الصور التي يبينها الفرد عن عالمه تستمد من وسائل الاتصال التي يتعامل معها وتعد وسائل الإعلام والاتصال أهم القنوات التي تسهم في تشكيل الصور الذهنية وتكوينها في أذهان الناس.

### أهداف التعليم:

- تمكين الطالب من الوقوف عند أهمية الصورة التي تحاول المؤسسة بناءها وتلميعها عن طريق الاتصال المؤسسي وبالتالي لا بد من تمكين الطالب في التحكم في مكونات صورة المؤسسة كيف تتحكم المؤسسة في صورتها وجعلها إيجابية ومنسجمة مع أهداف المؤسسة الاتصالية.
- توظيف العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة " اقتصادية- إدارية - مرفق عام.

### المكتسبات القبلية:

- التحكم في نظريات الاتصال وسيرورة العملية الاتصالية. وعلاقتها بالصورة المروجة من قبل المؤسسة.

العام الدراسي: 2023/2024

المحتويات

- 1- مفاهيم أساسية حول صورة المؤسسة (، مفهومها، تطورها، أنواعها)
- 2- تكوين الصورة الذهنية (عوامل تشكيلها وأهميتها)
- 3- المفاهيم القريبة من مفهوم الصورة (الصورة، الصورة النمطية، السمعة والهوية)
- 4- علاقة الصورة بالهوية والتموقع.
- 5- شروط وأهداف بناء إستراتيجية الصورة الذهنية.
- 6- مكونات وخصائص تكوين الصورة الذهنية وطرق تسويقها.
- 7- دور الأجواء العامة داخل المؤسسة وشكلها الخارجي في نقل صورة المؤسسة.
- 8- الاتصال الشامل، أهدافه وخصائصه
- 9- وسائل الاتصال الشامل (الصحافة المكتوبة، الملصقات، الراديو، التلفزيون، السينما، الفيديو الجديدة.) (الترويج، وسائل الاتصال الحديثة، الرعاية، المسينا، العلاقات العامة والعلاقات مع الصحافة، الصالونات، المعارض، تقنيات الاتصال الداخلي ووظائفها.)