

FOLIO ADMINISTRATIF

MEMOIRE SOUTENUE

الورقة الإدارية

مناقشة المذكرة بجامعة تيسمسيلت

<b>NOM</b>	بوعظمة عودة	الاسم واللقب:
<b>Prénom :</b>	(avec précision du nom de jeune fille, le cas échéant)	
<b>DATE DE SOUTENANCE:</b>	2025/01/23	تاريخ
	المناقشة :	
<b>INTITULE DU MÉMOIRE :</b>	أثر التسويق السياحي الإلكتروني على الصورة الذهنية للمقصد السياحي في الجزائر	عنوان المذكرة :
<b>NATURE DU MÉMOIRE :</b>	دكتوراه ل.م.د. تسويق سياحي وفندقي	طبيعة المذكرة : التخصص:
<b>Spécialité :</b>		
<b>Numéro d'ordre :</b>		رقم الترتيب :
<b>RESUME :</b>		الملخص :
<p>هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر عناصر مزيج التسويق السياحي الإلكتروني على الصورة الذهنية للمقصد السياحي في ولاية الشلف، وذلك بالاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات الأولية من أفراد عينة الدراسة، حيث تم توزيعه إلكترونياً على عينة عشوائية اشتملت على 361 سائح، وتم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات.</p> <p>توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة أثر ذات دلالة إحصائية لعناصر مزيج التسويق السياحي الإلكتروني على الصورة الذهنية في نظر أفراد عينة الدراسة، حيث كان لعناصر المزيج التسويقي السياحي الإلكتروني دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المقصد السياحي لولاية الشلف.</p> <p>وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها قدمت مجموعة من الاقتراحات أهمها ضرورة العمل على العناية بالسياحة في ولاية الشلف، خاصة من خلال الاهتمام بتفعيل دور كل عناصر المزيج التسويقي السياحي الإلكتروني، والعمل في إطار الجهود المشتركة لكل الفاعلين في القطاع السياحي لتحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي بولاية الشلف.</p>		
<b>Abstract</b>		
<p>This study aimed to determine the impact of the elements of the electronic tourism marketing mix on the mental image of the tourist destination in the state of Chlef, by relying on the questionnaire tool to collect primary data from members of the study sample, which was distributed electronically to a random sample that included 361 tourists, and the statistical package program was used. SPSS for social sciences for data analysis. The results of the study revealed that there is a statistically significant impact relationship between the elements of the electronic tourism marketing mix on the mental image in the eyes of the study sample members, as the elements of the electronic tourism marketing mix had a role in creating a positive mental image of the tourist destination in the state of Chlef. In light of the results obtained, a set of suggestions were presented, the most important of which is the necessity of working to take care of tourism in the state of Chlef, especially by paying attention to activating the role of all elements of the electronic tourism marketing mix, while working within the framework of the joint efforts of all actors in the tourism sector to improve the mental image of the tourist destination in the state of Chlef.</p>		

**Résumé:**

Cette étude visait à déterminer l'impact des éléments du marketing mix électronique du tourisme sur l'image mentale de la destination touristique dans l'État de Chlef, en s'appuyant sur l'outil de questionnaire pour collecter les données primaires des membres de l'échantillon d'étude, qui a été distribué par voie électronique à un échantillon aléatoire comprenant 361 touristes, et le programme Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) a été utilisé pour analyser les données. Les résultats de l'étude ont révélé qu'il existe une relation d'impact statistiquement significative entre les éléments du marketing mix électronique du tourisme sur l'image mentale aux yeux des membres de l'échantillon de l'étude, car les éléments du marketing mix électronique du tourisme ont joué un rôle dans la création d'une image mentale positive de la destination touristique dans l'Etat de Chlef. A la lumière des résultats obtenus, un ensemble de suggestions ont été présentées, dont la plus importante est la nécessité d'œuvrer à la prise en charge du tourisme dans la Province de Chlef, notamment en prêtant attention à l'activation du rôle de tous les éléments du marketing mix électronique du tourisme, et en travaillant dans le cadre des efforts conjoints de tous les acteurs du secteur touristique pour améliorer l'image mentale de la destination touristique dans la Province de Chlef.

**MOTS-CLES :**

كلمات مفتاحية :

السياحة، التسويق السياحي الإلكتروني، الصورة الذهنية، المقصد السياحي، ولاية الشلف.

**Keywords:** tourism, electronic tourism marketing, mental image, tourist destination, Chlef Province.

. Mots clés : tourisme, marketing touristique électronique, image mentale, destination touristique, Province de Chlef