

## Tableau des thématiques Master 2 CRP 2023 /2024

N. P. ENCADRANTS	N	THEMES Proposés	S
<b>TILIOUA ABED</b>	1	La citoyenneté comme axe de communication de la wilaya de Bejaia : étude d'une réponse locale à la crise de la citoyenneté	
	2	La place du numérique dans le projet associatif	
	3	La problématique de la communication dans la gouvernance locale de la wilaya de Bejaia	
<b>LADJOUZI FARID</b>	1	Impact de la communication informelle sur la communication interne d'une organisation.	OK
	2	Stratégies de Communication pour la Gestion de l'Image des Personnalités Publiques Locales en Algérie	
	3	La personnalisation du contenu de la presse d'entreprise sur l'engagement des employés dans les entreprises algériennes	
<b>AOUDIA NACER</b>	1	La communication territoriale et la valorisation du produit de terroir.	
	2	La communication territoriale au service de la solidarité villageoise.	
<b>MAKHELOUFI ABDELOUAH AB</b>	1	Mobilisation sociale à l'ère des TIC : étude de cas	OK
	2	Usages des techniques de l'IA chez les enseignants de l'université de Béjaia	OK
	3	Usages des techniques de l'IA chez les étudiants de l'université de Bejaia	OK
	4	Chat GPT : éthique et communication	OK
<b>BENDEBILI ISMAIL</b>	1	Pratiques de la communication touristique dans la mise en tourisme d'un patrimoine classé (national/mondiale). Cas de .....	OK
	2	la stratégie de la communication territoriale dans l'attractivité touristique.	
	3	La stratégie de la communication patrimoniale dans la construction d'une image territoriale.	
<b>DAIM-ALLAH WARDA</b>	1	Pratique du marketing d'influence pour la promotion des produits via les RSN	OK
	2	Le community management pour la gestion de la E-réputation de l'entreprise	OK
	3	Pratique du marketing digital dans le cadre du tourisme local	OK
	4	La gestion d'une communauté en ligne et l'installation de la confiance. Cas d'un groupe facebook	OK
<b>IHDENE</b>	1	Le rôle de la communication préventive dans la lutte contre les incendies de forêts.	OK

<b>WAHIBA</b>	2	L'impact des RSN sur la notoriété de l'entreprise.	OK OK OK
	3	L'usage du réseau social Facebook dans la communication gouvernementale : étude de cas <i>Publique</i>	
	4	L'impact de la RSE sur l'image de l'entreprise.	
<b>HAMMAMOUCHE A/GHANI</b>	1	Intégration de l'intelligence artificielle dans la communication en organisation. Cas de l'agence de tourisme X	OK
	2	- Etude des relations publiques au niveau de la Direction de l'emploi de Béjaïa.	
	3	- Pratiques communicationnelles des agences immobilières privées de Béjaïa. Cas de X et Y	
<b>OUAZENE SALIMA</b>	1	Le rôle de la communication informelle dans une institution publique..	OK OK OK OK
	2	le rôle de la communication externe à travers les pages Facebook dans l'optimisation des relations entre l'entreprise ses clients.	
	3	Le rôle de la publicité digitale dans la commercialisation des produits de l'entreprise.	
	4	La communication latérale et son impact sur l'amélioration de la qualité de service d'une entreprise	
<b>BENAICHA A/KRIM</b>	1	Les techniques persuasives dans la publicité en ligne de l'entreprise	OK OK OK OK
	2	L'apport du blogging visuel numérique dans la promotion de l'image touristique	
	3	La stratégie de la communication marketing dans l'optimisation d'usage des applications numériques	
	4	La communication Marketing de contenu du service numérique pour la mobilisation de la marque des agences pub via les réseaux sociaux	
<b>IFOURAH RABIAA</b>	1	Le rôle du métier de chargé de la communication territoriale dans la communication de proximité. Cas pratique : APC ou Dairas de la wilaya de Béjaïa.	OK OK
	2	l'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable. Cas pratique : les acteurs associatifs.	
	3	La communication préventive en Algérie entre réglementation et réalité. Cas pratique : le plan ORSEC des communes.	
<b>MERAH AISSA</b>	1	Proposition des éléments d'une stratégie de communication écotouristique	OK
	2	Proposition des éléments d'une stratégie de communication communale	
	3	Proposition des éléments d'une stratégie de communication patrimoniale	
	4	Proposition des éléments d'une stratégie de communication événementielle	
<b>LAI DLI CHAHINEZ</b>	1	Le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux dans le développement local. -Cas pratique la page facebook Bejaia sois l'observateur.	OK OK OK
	2	Les attitudes des salariés envers la stratégie de la communication au sein d'une entreprise.	
	3	L'impact de la communication marketing à travers les réseaux sociaux sur la décision d'achat chez les consommateurs.	
<b>DJELLOULI NESRINE</b>	1	Le rôle des campagnes de communication dans la sensibilisation sanitaire : les campagnes sur les risques de la consommation de drogue chez les lycéens	OK OK
	2	-Le rôle de la communication digitale dans la construction de la réputation d'une banque	

	3	Le rôle du site web dans la valorisation de l'image de marque d'un hôtel	
	4	Le rôle du journal interne dans la valorisation de la culture de l'entreprise.	
<b>BAHLOUL FAROUK</b>	1	La Communication à travers les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) pour la Mobilisation des Diplômés Universitaires.	OK
	2	Les Médias Sociaux et la Socialisation religieuse : Un Examen des Effets de la Communication en Ligne	
	3	Le rôle des influenceurs sur les représentations sociales et culturelles des jeunes algériens	
<b>AHMEDI DALILA</b>	1	L'apport de la communication promotionnelle à la valorisation de l'image de marque .Cas : entreprise X	OK
	2	La communication préventive et la sensibilisation aux risques de la consommation du tabac dans le milieu universitaire.	OK
	3	La consommation de l'information scientifique/médicale sur Internet par les malades atteints de cancer à Béjaïa. Cas : Association des malades atteints de cancer/ hôpital	OK
	4	La communication événementielle pour la visibilité d'une destination touristique. Cas : agence de voyage/ association..	OK
<b>SAHNOUN NASREDDINE</b>	1	Stratégies de gestion de la E-réputation au sein des entreprises algériennes.	
	2	Usages des TIC et amélioration des relations éducatives en milieu scolaire. Etude de cas dans un établissement d'enseignement.	
<b>ARAIBIA MOHAMMED KARIM</b>	1	La communication de proximité et son rôle dans la promotion du tourisme de montagne Cas : bejaia	OK
	2	L'impact de l'intelligence artificielle dans une entreprise relationnelle CAS ; les clients entreprise x	OK
	3	L'intelligence collective et son rôle dans la communication événementielle	OK
<b>DJENANE SID ALI</b>	1	La communication de marketing dans l'évolution du marché des loisirs . Cas : cinéma en Algérie	OK
	2	La communication et le processus décisionnel ; le choix des jeunes publics au cinéma	
	3	La communication touristique en temps de crise. Cas : entreprise x	
<b>MEKIDECHE IMAN HADJER</b>	1	le rôle des RP 2.0 dans la gestion de la réputation des institutions	
	2	l'apport des campagnes de sensibilisation dans la prévention contre le cancer du sein chez la femme.	
	3	- l'usage des RSN et l'amélioration du service publique au sein des institutions étatiques.	
	4	les influenceurs via le réseau Instagram et le changement du comportement d'achat chez les étudiants universitaires de Béjaïa.	
<b>BOUKHALFA KHADIDJA</b>	1	utilisation de la langue tamazight dans la publicité touristique : entretien avec les personne chargées de la conception de la publicité.	
	2	Rôle de la communication événementielle dans la promotion du tourisme local : étude de terrain à la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa	OK
<b>AGUERCIF SIHAM</b>		L'utilisation des réseaux sociaux numériques par les grandes entreprises (cas des entreprises de la wilaya de béjaïa)	OK
		Le rôle de la communication externe dans la gestion des entreprises de la wilaya de bejaia	OK
		Intégration des technologies de l'information et de la communication par les entreprises de la wilaya de béjaïa	OK

		Les entrepreneurs dans les technologies de l'information et de la communication ( <i>changé</i> )	
CHABI SARA	1	la diversité culturelle entre les affectifs algériens et les partenaires étrangers dans l'entreprise nationale.	OK
	2	La communication interculturelle dans les organismes algériens qui ont une collaboration avec l'Occident.	OK
	3	L'image mentale des citoyens vers les nouveaux services électroniques dans l'administration publique en Algérie.	OK
	4	La responsabilité sociale de la publicité commercial des entreprises privées en Algérie.	OK
<del>REDJIMI SAFIA</del>	1	Relations Publiques numériques et l'image mentale dans les universités algériennes.	<del>X</del>
	2	Relations Publiques et stratégie de gestion de crise dans l'environnement numérique.	
	3	Communication Institutionnelle via les réseaux sociaux.	
	4	Communication Numérique et amélioration de l'image des entreprises de service.	
BOUICHE MAHREZ	1	Le rôle de la communication associative dans le processus de prise en charge et l'accompagnement des enfants orphelins. Étude de cas : association Kafil El Yatim Béjaia ville, Wilaya de Béjaia.	
	2	Le rôle de la communication locale dans la sensibilisation des citoyens aux dangers relatifs à la consommation. Cas pratique émission TMOUGHLI GUF TIKTIWIN - Radio soummam..	
	3	Le rôle des réseaux sociaux dans d'inclusion des étudiants aux besoins spécifiques dans la vie universitaire. Cas pratique : la cellule d'accompagnement, de sensibilisation, d'appui et de médiation pour les étudiants aux besoins spécifiques (CASAM) l'Université de Bejaia).	
	4	Le rôle de la communication associative dans la sensibilisation des enfants pour l'auto-protection contre les violences. Étude de cas : Réseau Algérien pour la Défense des Droits de l'Enfant (NADA )..	
Yahiaoui Mebarka	1	La réalité de l'utilisation du « Chat GPT » par les étudiants universitaires dans la recherche scientifique : Une étude de terrain sur un échantillon d'étudiants en journalisme a l'université de Béjaia .	
	2	L'impact du marketing d'influence sur le comportement de consommation des jeunes : Une étude de terrain sur un échantillon d'étudiants de l'université de Béjaia.	
<del>Sabi fatima</del>	1	Utilisations des émojis par les étudiants de l'Université de Béjaia via Messenger et satisfactions obtenues	<del>X</del>