

Tableau des thématiques Master 2

CRP

2024 /2025

N. P. ENCADRANT	N	Les thématiques
TILIOUA ABED	1	L'impact De La Communication Evénementielle Sur l'image De Marque . Cas Evènement Sportif
	2	L'impact De La Communication Sur La Responsabilité Sociale Des Entreprises Dans La Construction De l'image . Cas De
	3	Les Podcasts Et l'image De Marque .
LADJOUZI FARID	1	Ethique Communicationnelle Dans l'usage Des Outils De l'intelligence Artificielle Dans La Recherche Scientifique.
	2	L'interactivité Dans La Production De Contenus En Relations Publiques
	3	L'apport De La Communication Multicanale Aux Relations Publiques Internes.
AOUDIA NACER	1	La communication territoriale pour la valorisation de produit du terroir.

	2	Les pratiques communicationnelles des agences de voyage pour la mise en tourisme local.
MAKHELOUFI ABDELOUAHAB	1	Pratiques communicationnelles des techniques de l'ia par les professionnels de la santé de bejaia. Cas des médecins du chu de béjaia.
	2	L'impact De La Communication Digitale Sur La Performance Des Relations Publiques Dans Le Secteur B2B. Cas De l'entreprise Béjaïa Logistique
	3	Usage De La Communication Numérique Pour La Fidélisation De La Cible. Cas De l'entreprise Soummam
BENDEBILI ISMAIL	1	Communication Des Acteurs Territoriaux Pour l'authenticité Et Valorisation Du Patrimoine Architectural - Cas d'étude :,,
	2	La communication territoriale dans la valorisation de territoire de la wilaya de bejaia: quelles pratiques des acteurs locaux de la wilaya de bejaia.
	3	La réalité de la communication et marketing territorial dans le développement de tourisme local. Cas D'étude: les collectivités locales de wilaya de bejaia.
DAIM -ALLAH WARDA	1	Pratique du marketing relationnel pour la fidélisation des clients
	2	Mise en place de la veille stratégique dans le cadre du community management
	3	-Pratique Du Marketing d'influence Dans Le Cadre De l'événementiel

IHDENE WAHIBA	1	Les Réseaux Sociaux Numériques Comme Outil De Sensibilisation Dans Le Cadre De La Communication Territoriale
	2	La communication interpersonnelle comme outil de sensibilisation contre les maladies chroniques
	3	La Responsabilité Sociale De l'entreprise Au Service De l'image De Marque
HAMMAMOUCHE A/GHANI	1	Importance Des Réseaux Sociaux Numériques Dans La Relation Client Au Niveau Des Agences Publiques d'assurance. Cas De La Saa Et De La Caar De Béjaïa.
	2	Les Pratiques Communicationnelles d'accueil Et d'orientation Dans Les Agences Voyage.
	3	La communication de proximité dans la fidélisation des clients. Cas de la snf.
OUZENE SALIMA	1	L'intelligence Artificielle Dans La Communication Publicitaire De l'entreprise

	2	Les Campagnes De Responsabilité Sociétale Des Entreprises(Rse) Via Les Réseaux Sociaux Et 'Image De Marque De l'entreprise
	3	La Communication Des Influenceurs Via Les Réseaux Sociaux Au Service De l'image De Marque Des Entreprises
BENAICHA A/KRIM	1	L'efficacité De Contenu Numérique Au Service De La Communications Marketing Touristique (Cas Pratique : Des Applications)
	2	La communication persuasive des influenceurs dans la mise en tourisme des territoires (influenceurs sur le facebook)
	3	La Communication Participative Dans La Promotion De l'identités Des Destinations Touristiques Les Professionnels Du Tourisme :
IFOURAH RABIAA	1	La Performance De La Communication Publique d'une Institution, Etat Des Lieux
	2	L'usage Des Rsn Dans La Valorisation Des Pratique De La Communication Touristique d'un Site. Cas :

	3	L'influence Des Leaders d'opinion Dans La Construction Des Attitudes Chez Les Usagers . Cas
CHAMI TARIK	1	Le profil socio-professionnel des responsables de la communication au sein des organisations – (cas a préciser ultérieurement)
	2	L'offre d'un Contenu Publicitaire Dans Les Médias : Etude Comparative Entre (Cas A Préciser Ultérieurement)
MERAH AISSA	1	Le Discours De Responsabilité Sociale De l'entreprise Dans La Communication Locale : Cas Des Collectivités Locales Apc/Apw;
	2	L'utilisation De Ia Dans La Promotion De La Destination Touristique : Cas
	3	Les représentations sociales de la communication politique : etude comparée étudiants en communication et élus locaux apc/apw
LAILI CHAHINEZ	1	L'impact De La Communication Marketing Des Influenceurs Des Rsn, Sur La Confiance Des Consommateurs Algériens.
	2	L'impact De La Notoriété Sur l'attitude Des Consommateurs Algériens Envers Une Marque
	3	L'usage Des Réseaux Sociaux Dans Le Cadre De La Construction De l'identité Institutionnelle, Cas Pratique Une Collectivité Locale.
DJELLOULI NESRINE	1	L'utilisation Des Réseaux Sociaux Numériques Dans l'amélioration De l'image Des Entreprises De Livraison.
	2	L'impact De La Communication Numérique A Travers La Plateforme E-Learning Sur l'engagement Des Etudiants Cas :

	3	Le rôle des rsn dans la communication organisationnelle des entreprises familiales.
BAHLOUL FAROUK	1	L'efficacité Des Canaux De Communication Interne Dans Une Structure Universitaire.
	2	L'impact De La Communication Institutionnelle Sur Le Changement De Comportement Des Automobilistes
	3	L'apport De La Communication Pédagogique A Travers Les Outils De l'intelligence Artificielle Sur l'autonomie d'apprentissage Des Etudiants Cas :
AHMEDI DALILA	1	L'utilisation Des Chatbots Par l'entreprise Pour Améliorer l'interactivité Avec Ses Clients (Le Terrain Sera Défini Ultérieurement).
	2	Le Rôle De La Communication Responsable Dans La Transformation De l'image De Marque De l'entreprise (Le Terrain Sera Défini Ultérieurement). -
	3	L'apport Des Compétences De Communication A La Gestion Des Relations Dans La Pratique Médicale (Projet Startup).
NASREDDINE SAHNOUN	1	L'optimisation De La Data Economie Au Service De La Stratégie De Communication.
	2	- L'usage De l'ia Générative Dans La Communication Marketing Sur Les Pratiques De Relations Publiques : Cas d'étude
	3	- Le Management De La Réputation En Ligne A l'international: Cas d'étude

ARAIBIA MOHAMMED KARIM	1	L'impact De l'intelligence Sociale La Strategie De Communication De l'entreprise: La Necessite d'une.
	2	La Transformation Numérique De La Communication Institutionnelle Dans Le Cadre De La Promotion De l'image .
MEKIDECHE IMAN HADJER	1	Le Rôle De La Communication Corporate Dans La Gestion Des Evènements De l'entreprise
	2	Le rôle des campagnes de sensibilisation dans la prévention contre la cybercriminalité.
	3	The impact of digital communication on brand image enhancement in algérien institution
BOUKHALFA KHADIDJA	1	Le Rôle De La Communication Associative Dans Le Développement De La Conscience Environnementale En Algérie l'exemple d'une Association De La Wilaya De Bejaia
	2	Le Rôle De La Communication Associative Dans Le Développement De La Conscience Environnementale En Algérie l'exemple d'une Association De La Wilaya De Bejaia
	3	Le Rôle Des Compétences Communicationnelles Dans l'amélioration De l'image De l'entreprise Cas Pratique : Hotel Raya

YAHYA OUI MEBARKA	1	L'usage De La Communication Numérique A Travers La Plateforme Moodle Et l'interactivité Enseignant-Apprenant . Cas Des Etudiants En Sic De l'université De Béjaia
	2	Le rôle des moyens de la communication numérique dans la satisfaction informationnelle des étudiants en sic
	3	L'impact De La Communication Commerciale A Travers Les Applications Mobiles Sur Les Comportements d'achat. Cas :
CHABI SARA	1	Pratique de la communication marketing dans le développement des Entreprises pratique de la communication marketing dans le développement des Entreprises
	2	L'impact De La Créativité Publicitaire Sur Les Clients Potentiel De La Marque d'entreprise .
	3	Le Rôle De La Communication De Crise A Préservation De l'image De Marque De l'entreprise.
BOUICHE MAHREZ	1	Le Rôle Des Influenceurs Comme Acteurs De La Communication Environnementale Dans La Promotion Des Campagnes De Reboisement En Algérie. Cas Pratique : l'influenceur Fouad Maali " Khadra Bi Idhni Ellah.
	2	L'usage Des Technologies Numériques Pour La Mise En Valeur Des Actions De Mécénat d'un Etablissement Hôtelier. Cas Pratique l'hôtel Atlantis- Bejaia.
	3	L'impact Du " Social Media Monitoring" Dans La Communication De Crise Dans Un Club De Football Professionnel.

		Cas Pratique : La Jeunesse Sportive De Kabylie (Jsk)
NOUI RABAH	1	L'impact De La Communication Interpersonnelle Dans l'entreprise Sur La Performance Organisationnelle
	2	Le rôle des créateurs de contenu touristique (influenceur) dans la promotion du tourisme interne en algérie
	3	
HIDER FOUZIA	1	La communication numérique dans le renforcement des liens familiaux des étudiants internationaux . Cas :
	2	Le Rôle Des Réseaux Sociaux Numériques Dans l'internationalisation Des Entreprises . Cas Pratique: Entreprise
DJENANE SID ALI	1	La Communication Financière Des Caisses d'assurances Dans La Satisfaction Clientèle Cas : Assurance X
	2	L'impact De La Transformation Numérique Sur La Culture communicationnelle d'entreprise: Cas De l'algérie
	1	Pratiques des rsn dans la valorisation des métiers artisanaux (cas a préciser avec les Etudiants)

AGUERCIF SIHAM	2	Le rôle des campagnes publicitaires dans la notoriété des entreprises du secteur Touristique (cas a déterminer avec les étudiants)
	3	Le Rôle Des Pratiques d'accueil Client Dans La Réputation Hôtelière, Cas A Affiner Avec Les Etudiants.