

Tableau des thématiques Master 2

CRP

2024 /2025

N. P. ENCADRANT	N	Les thématiques
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.
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	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 :
CHAMI TARIK	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;
	3	Les représentations sociales de la communication politique : etude comparée étudiants en communication et élus locaux apc/apw
AHMEDI DALILA	1	L'utilisation Des Chatbots Par l'entreprise Pour Améliorer l'interactivité Avec Ses Clients (Le Terrain Sera Défini Ultérieurement).
	3	L'apport Des Compétences De Communication A La Gestion Des Relations Dans La Pratique Médicale (Projet Startup).

DJENANE SID ALI	¹	L'impact De La Transformation Numérique Sur La Culture communicationnelle d'entreprise: Cas De l'algérie
----------------------------	--------------	---