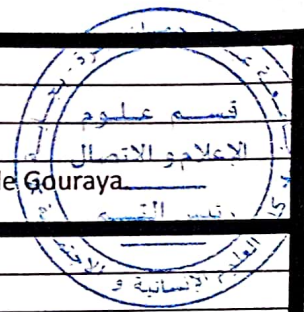


Tableau des thématiques Master 2

2021 /2022

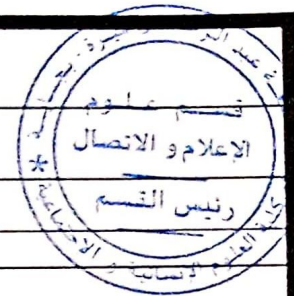
N. P. ENCADREURS	N	THEMES Proposés
TILIOUA Abed	1	Le rôle des relations-presse dans la gestion de la visibilité et la notoriété de l'entreprise
	2	L'intranet comme instrument d'optimisation de la communication interne : le cas d'une marque
	3	La communication du mécénat d'entreprise: entre le modèle humaniste (éthique-soutien discret et silencieux) et le modèle communicationnel (logique marchande-valorisation de l'image de marque)
	4	La communication municipale en Algérie et l'implication des administrés : la recherche d'une voie : contribution à l'analyse de l'expérience de la ville de Béjaïa
	5	La communication comme outil d'optimisation des performances dans les administrations publiques : le cas d'une direction locale à Bejaia
	6	Communication territoriale et dimension électorale.
LADJOUZI Farid	1	La E-réputation d'une organisation auprès de son public interne. Cas université de Bejaia.
	2	La publiphobie du récepteur algérien à l'égard des marques. Etat des lieux.
	3	La communication institutionnelle de l'université de Bejaia et l'hybridation des enseignements. Entre résistance et adaptation.
	4	Usage des RSN dans la valorisation d'un patrimoine culturel. Cas de la Casbah de Bejaia.
	5	La fonction de Gatekeeper du Community manager des pages des réseaux socio numériques d'une organisation. Cas...



AOUDIA Nacer	1	La dimension culturelle dans la publicité régionale.
	2	La communication et la solidarité villageoise en temps de crise. Cas des incendies de 2021 en Kabylie.
	3	Les pratiques modernes des relations publiques dans l'entreprise.
	4	La communication de concertation sur un projet d'aménagement. Cas du projet de l'aire marine protégée de Gouraya.
MAKHELOUFI Abdelouahab	1	Médias sociaux en période de crise : entre mobilisation et entraide des jeunes algériens.
	2	Réseaux sociaux numériques et management de produits de terroir : figue sèche de Beni Maouche.
	3	Apport du numérique sur les aspects organisationnels au sein des établissements de l'enseignement supérieur en période de crise sanitaire
	4	L'apport du numérique pour les associations agissant dans l'environnement. Cas de la ville de Béjaia
	5	Analyse des dispositifs communicationnels appliqués à l'éducation et la formation en Algérie en période de crise sanitaire.
	6	6 : TIC et santé publique en période du covid19
BENDEBIL I Ismail	1	Communication des acteurs associatifs dans la valorisation du patrimoine architectural.
	2	Les pratiques de la communication publique via les sites web électroniques des établissements étatiques.
	3	Usage et appropriation des tics dans l'enseignement hybride au sein de l'université.
	4	L'impact de la communication sociale dans le changement des comportements face à l'épidémie du Covid-19.
	5	Le fonctionnement significatif de l'image publicitaire. Une analyse sémiologique.
	6	la communication numérique et la satisfaction fonctionnelle des travailleurs au sein de l'établissement
DAIM - ALLAH Warda	1	La communication associative au service des jeunes en milieu rural.
	2	La relation agence de communication / annonceur dans le cadre du processus de création publicitaire
	3	Pratique du E-commerce via les RSN durant la crise sanitaire du Covid 19 au sein de l'entreprise
	4	Le rôle du hors média dans la phase de lancement de nouveaux produits au sein de l'entreprise
	5	Les campagnes sociales pour la vaccination contre le Covid19 via la radio Soummam dans le cadre de la communication publique
	6	Usages des TIC dans la gestion des relations publiques au sein de l'entreprise
IHDENE Wahiba	1	La sensibilisation contre les incendies de forêt à travers les réseaux sociaux numériques ;
	2	L'intégration des réseaux sociaux numériques dans la communication externe de l'entreprise ;
	3	L'utilisation des réseaux sociaux numériques dans le cadre de la communication gouvernementale et son effet sur la transparence et la participation du public
	4	Le marketing relationnel comme outil de fidélisation des clients;
	5	Les stratégies de communication en temps des crises sanitaires: cas de la COVID 19.



HAMMAMOUCHE A/GHANI	1	Les pratiques communicationnelles dans le domaine des métiers manuels. Enquête auprès de quelques artisans de la ville de Béjaïa
	2	Examen de la réalité de la communication au niveau du service Accueil et Orientation d'une structure hospitalière. Cas de l'EPH de Sidi-Aïch
	3	Les stratégies de communication des agences immobilières face à la montée de l'activité informelle.
	4	Examen de la réalité de la relation presse au niveau du CHU de Béjaïa.
	5	Communication externe au niveau d'un organisme d'emploi. Cas de l'ANGEM de Béjaïa.
	6	Les TIC et l'expérience de l'enseignement en ligne durant la période du confinement. Cas du département des sciences humaines.
OUAZENE Salima	1	L'élaboration d'un plan de communication interne de l'entreprise
	2	Le rôle de la communication marketing dans la promotion des services touristiques des agences de voyages en Algérie
	3	Le rôle de sponsoring sur l'image de marque de l'entreprise
	4	L'impact des réseaux sociaux numérique sur la communication publique des collectivités locales
	5	Le rôle de la publicité électronique dans la commercialisation d'un produit
BENAICH A A/krim	1	L'usage de la communication e-marketing dans la promotion touristique: Cas pratique : (Analyse de contenu des Sites web des institutions touristiques)
	2	Stratégies de la communication persuasive dans la sensibilisation sanitaire en Algérie. Cas pratique : (Les campagnes publiques pendant l'épidémie (Covid -19))
	3	La médiation culturelle à travers les réseaux sociaux numériques Cas pratique : Analyse de contenu de la page facebook de la direction de la culture de wilaya de Bejaia
	4	Plan d'interactivité dans la digitalisation des entreprises Cas pratique : Analyse de contenu des sites web des entreprises
	5	Multimodalité de la communication langagière dans les entreprises Cas pratique: Analyse des discours des chargés de communications des entreprises
	6	Stratégie de la publicité au service de l'image d'entreprise :Cas pratique : les campagnes publicitaires des entreprises
IFOURAH Rabiaa	1	le rôle de la communication publique de crise dans la gestion des inondations.
	2	le rôle de la communication de crise d'une entreprise dans la gestion de la crise sanitaire COVID 19.
	3	l'impact des TIC dans la communication de crise d'une institution.
	4	l'impact de la communication de crise dans la gestion d'une catastrophe naturelle au sein d'une collectivité locale.
	5	l'apport de la communication de crise dans la gestion des incendies de forêt de la région de Barbacha.



DJOUDI A/ elhak	1	Le rôle de la communication via les réseaux sociaux numériques dans la découverte des talents culturels Cas : page Facebook : JOW+.
	2	La construction de l'identité numérique d'une entreprise via les réseaux sociaux numériques Cas : Cevital
	3	La stratégie de la communication en ligne dans l'entreprise (cas)
	4	le rôle de sponsoring sportif dans la construction de l'image de l'entreprise
	5	l'intégration des valeurs culturelles traditionnelles dans les panneaux publicitaires Analyse sémiologique de quelques affiches publicitaires
	6	Les relations publiques numériques dans l'amélioration de l'image d'une entreprise Cas : Candia
CHAMI Tarik	1	La place de la communication marketing dans la valorisation du patrimoine écoculturel algérien. Cas de PPCA (Alger).
	2	Le mécénat comme outil de renforcement de l'image de l'entreprise : cas de la laiterie Soummam.
	3	Usages des TIC au sein des institutions publiques : (à délimiter)
	4	Le message publicitaire dans la presse écrite au temps de crise sanitaire de coronavirus.
	5	La communication au sein d'une entreprise à caractère public - Cas du métro d'Alger.
	6	Les campagnes de sensibilisation au temps de crise sanitaire de coronavirus
MERAH Aissa	1	Pour une stratégie de communication touristique des sites patrimoniaux : cas de la Casbah et Fort Moussa de
	2	Communication institutionnelle et l'image de l'organisation : université de Bejaia
	3	Communication sincère et responsabilité sociale de l'entreprise : cas de Soummam ou Nutagra
	4	Communication de concertation des parties prenantes de l'AMP de PNG
	5	Communication des parcs naturels : de la sensibilisation à la mise en tourisme
	6	Communication publique et territoriale et attractivité d'une zone d'activités
	7	La représentation du métier de chargé de communication : étude comparée étudiants en communication/managers d'organisation
	8	Communication publique et usagers-clients chez les abonnés de Sonelgaz
LAILLI Chahinez	1	usages des clients d'un site électronique d'une entreprise.
	2	le rôle des réseaux sociaux dans le perfectionnement de la communication sociale. -protection civile-.
	3	usages des internautes de la communication commerciale à travers les réseaux sociaux. (page Facebook d'une entreprise ou bien une société)
	4	mesure de l'interactivité réalisée à travers un site électronique d'une entreprise.
	5	le rôle des réseaux sociaux dans les commercialisations des produits. -cas d'une entreprise.
	6	Usages des clients d'un site électronique d'une entreprise. (réseaux sociaux).



1	Les stratégies de communication financière des sociétés bancaires privées. Etude de cas la Gulf Bank Algérie (AGB) ;
2	Le rôle des réseaux professionnels dans l'amélioration de l'image mentale des entreprises de services. Etude terrain de la Branche Algérie Télécom ;
3	Le rôle de la communication verbale dans le perfectionnement des compétences communicationnelles des étudiants des SIC. Etude terrain à l'université.
4	La communication environnementale et la sensibilisation contre la déforestation. Cas des feux de forêts en Kabylie (Tizi ouzou et Bejaia) ;
5	Processus de communication et d'organisation des activités scientifiques à l'ère de numérique. Cas d'étude centre de recherche en langue Amazigh de l'université de Bejaia.
6	Les stratégies de communication financière des sociétés bancaires privées. Etude de cas la Gulf Bank Algérie (AGB) ;

DJELLOULI Nesrine

1	communication interne et motivation des salariés
2	communication interne et sentiment d'appartenance
3	communication interne et satisfaction professionnelle.
4	le profil socioprofessionnel des chargés de la communication des entreprises
5	communication interne et relations de travail.
6	L'influence des médias sociaux dans la détermination du lieu des voyages. Cas d'une agence de voyage.

BAHLOUL Farouk

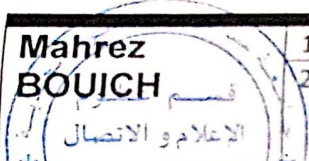

1	L'impact de la communication marketing digital sur la promotion des produits artisanaux (cas des artisans de la wilaya de Bejaia)
2	Le rôle du social selling dans la fidélisation des clients (cas des commerçants de la wilaya de Bejaia)
3	RSN au service de la communication au sein de la faculté (cas du département des sciences de l'information et de la communication)
4	Elaboration d'une e-stratégie publicitaire (cas des crèches préscolaires de la ville de Bejaia)
5	La construction du projet d'immigration sur RSN (analyse de contenu d'une page facebook concernant la dv lottery)
6	Le métier de community manager, étude descriptive. (cas de la page facebook : Bejaia sois l'observateur)

AHMEDI Dalila

1	La communication de la sensibilisation et l'acceptation de la vaccination anti covid. Cas : unité de la médecine préventive (université de Béjaia).
2	Le mécénat et le marketing sociétal de l'entreprise. Cas : entreprise (SOUMMAM/ NUTAGRA) au temps de la pénurie d'oxygène.
3	La communication associative et la scolarisation des enfants autistes. Cas : association de la prise en charge des enfants autistes de la wilaya de Béjaia.
4	La réputation d'une banque/ agence d'assurances à travers sa communication externe avec ses clients.
5	La communication événementielle et le changement du comportement. Cas : dépistage cancer du sein, prise du risque sur les routes, ...
6	Le rôle d' E-marketing dans le façonnement du comportement du consommateur d'un produit pharmaceutique. Cas : compléments alimentaires,....



	1	Implication de la communication publique dans la gestion d'une crise sanitaire. Exemple des collectivités locales en Algérie
	2	La Communication préventive et sensibilisation contre le cancer du sein chez les femmes algériennes
	3	La Communication sociale et sensibilisation contre le phénomène de violence dans les stades en Algérie.
	4	La communication publique en faveur de la promotion du partenariat public-privé en Algérie
	5	La communication institutionnelle et valorisation du patrimoine culturel en Algérie. Choisir un cas
	6	La place du marketing territorial dans le processus de préservation de l'environnement en Algérie
	7	La Communication sociale et valorisation de la valeur de solidarité citoyenne en Algérie. Exemple des derniers feux de forts
ARAIBIA Mohammed Karim	1	Les activités du chargé de la communication événementielle dans l'entreprise Algérienne. - Cas : Entreprise Portuaire de Bejaia -
	2	La gestion communicationnelle d'un évènement scientifique -Etude Pratique : Université A. MIRA- Bejaia-
	3	la communication événementielle et la satisfaction du publique externe. - cas : salon du livre -
	4	La gestion de connaissance de l'évènement associatif. - cas : scout Algérien -
	5	la communication gouvernementale de la direction du commerce et la crise de la vente .cas l'augmentation des prix
	6	l'usage de la communication événementielle et son rôle dans la sécurité routiere.
MEKIDECHE Iman Hadjer	1	Le rôle de la cellule de communication dans la gestion des accidents routiers à Bejaia -Etude de cas protection Civile de Bejaia -
	2	La stratégie de communication événementielle dans les centres commerciaux de Bejaia -Etude de cas centre RITAJ Mall de Bejaia
	3	L'usage des NTIC pour l'amélioration de la communication externe au sein des Agences de communication -Etude de cas Agence de communication de Bejaia-
	4	Plan de communication de Crise et la sensibilisation à la vaccination contre l'épidémie Covid- 19 -Etude de cas : CHU de Bejaia -
	5	Le rôle des compagnes de sensibilisation pour la prévention et la Lutte contre les accidents routiers. -Etude de cas association Tariq Essalama Bejaia
	6	la communication digitale et l'amélioration de l'image de l'entreprise pendant la Crise Covid 19 Etude de cas Entreprise CIVITAL.

Mahrez BOUICH 	1	Communication associative et promotion des droits de la personne humaine : Étude de cas : AMNESTY INTERNATIONAL, Algérie.
	2	Le rôle de la communication associative dans la sensibilisation à l'inter culturalité. Cas pratique : l'association culturelle Isabelle EBERHARDT de Bejaia..
MÉDJEMADJ Fairouze 	1	L'usage des TIC dans la communication d'une institution documentaire.
	2	La communication patrimoniale via les RSN d'une institution publique.
SMAIL Idir	1	Stratégies de communication 2.0 de l'université de Bejaia en temps de pandémie « Covid-19 » et son impact sur la qualité de l'enseignement
	2	Attitudes des enseignants et étudiants vis-à-vis des plateformes de communication de l'université de Bejaia. Cas : de E-Learning
HIDER Fouzia	1	Entreprenariat dans les métiers de la communication : cas des agences de communication et de publicité
	2	Communication de visibilité d'un projet entrepreneurial
El hanafi cheurfa	1	La communication d'un musée à l'ère du numérique
	2	La communication associative et la valorisation du patrimoine matériel dans la wilaya de Bejaia