

## Tableau des thématiques (restant) Master 2021 /2022

N. P. ENCADREURS	N	THEMES Proposés
<b>TILIOUA Abed</b>	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.
<b>IHDENE Wahiba</b>	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;
<b>CHAMI Tarik</b>	1	La place de la communication marketing dans la valorisation du patrimoine écoculturel algérien. Cas de PPCA (Alger).
	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.
	6	Les campagnes de sensibilisation au temps de crise sanitaire de coronavirus
<b>Nasreddine SAHNOUN</b>	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
<b>MEDJEMADJ Fairouze</b>	1	L'usage des TIC dans la communication d'une institution documentaire.
	2	La communication patrimoniale via les RSN d'une institution publique.