

إعلان عن مناقشة أطروحة الدكتوراه

يعلن عميد كلية اللغات والفنون والعلوم الإنسانية بآيت ملول أنه ستجرى يوم الإثنين 30 يونيو 2025، على الساعة الثالثة بعد الزوال، بقاعة المحاضرات، مناقشة أطروحة الطالبة الباحثة: مهاد الدحاني التي تقدمت بها لنيل شهادة الدكتوراه في موضوع:

« Le rôle des nouveaux influenceurs web dans la promotion
touristique des destinations
Cas de la baie de Taghazout »

الاسم والنسب	الصفة	المؤسسة
ذ. عبد الفتاح ناصر الإدريسي	أستاذ التعليم العالي، رئيسا	كلية الآداب والعلوم الإنسانية أكادير، جامعة ابن زهر
ذ. سميرة بزازي	أستاذة محاضرة مؤهلة، عضوة	المدرسة العليا للأساتذة مراكش، جامعة القاضي عياض
ذ. محمد زكي الحسناوي	أستاذ محاضر مؤهل، عضوا	كلية الآداب والعلوم الإنسانية أكادير، جامعة ابن زهر
ذ. إبراهيم أيت عمر	أستاذ محاضر مؤهل، عضوا	كلية اللغات والفنون والعلوم الإنسانية أيت ملول، جامعة ابن زهر
ذ. فاتحة ماكاش	أستاذة محاضرة مؤهلة، مشرفة	كلية اللغات والفنون والعلوم الإنسانية أيت ملول، جامعة ابن زهر

Résumé

Dans l'ère numérique actuelle, l'industrie du tourisme connaît une transformation profonde de ses stratégies de communication et de marketing. L'émergence des réseaux sociaux a révolutionné la manière dont les destinations touristiques se présentent et interagissent avec leur public cible. Ces nouvelles plateformes digitales ont considérablement modifié le comportement des voyageurs dans leur recherche d'informations et leur processus décisionnel. Face à l'intangibilité des produits touristiques, les consommateurs se tournent de plus en plus vers les expériences partagées par d'autres voyageurs pour guider leurs choix. Les professionnels du tourisme, conscients de ce changement, cherchent à tirer parti de l'influence des créateurs de contenu sur les réseaux sociaux. Cependant, le succès de cette approche repose sur une sélection minutieuse des influenceurs, basée sur des critères tels que la crédibilité, la confiance et l'authenticité.

L'objet de cette recherche porte sur le rôle que joue les influenceurs, dans la promotion des destinations touristiques. Notre choix s'est porté sur les créateurs de contenu du réseau social Instagram, à propos de la destination Taghazout de la région de Souss Massa.

Afin de cerner efficacement notre objet de recherche, du côté de l'émetteur, du récepteur et du contenu partagé, nous avons opté pour une démarche qui s'articule autour d'une méthodologie tripartite : une approche quantitative, qualitative et analytique. Les résultats de la recherche révèlent que les influenceurs web, utilisant le réseau social instagram, emploient une panoplie de stratégies multimodales dans le but d'éblouir et impacter leur public.

