



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
بالتعاون مع فرقة البحث PRFU:  
دور التسويق في تحقيق التنمية المحلية المستدامة في ظل  
الظروف الاقتصادية الراهنة ولاية: (خنشلة- باتنة -  
قسنطينة) أتمونجا

تنظم

الملتقى الوطني الافتراضي بتقنية  
التحاضر عن بعد حول:

**البدائل التسويقية والتمويل المحلي**

**للمؤسسات... بين الفرص والتحديات**

يوم 10 أكتوبر 2022

الرئيس الشرفي للملتقى مدير الجامعة: أ.د شالة عبد الواحد

مدير الملتقى: د. جباري عبد الجليل

رئيس الملتقى: د. حرنان نجوى

رئيس اللجنة العلمية: د. زبيرة شرف الدين

رئيس اللجنة التنظيمية: د. بن حركو غنية

## الديباجة:

في خضم المتغيرات العالمية الجديدة، في ظل التطورات السريعة الحاصلة في البيئة المحيطة بالمؤسسات دورا هاما في كافة العمليات والخطط التي تتبناها المؤسسة من اجل تحقيق أهدافها، مع كل هذا تزايدت أهمية الاستراتيجية في الوقت الحاضر وفي كافة الأنشطة، باعتبارها أهم ما تعتمد عليه المؤسسة في مواجهة المنافسين والتغيرات البيئية الداخلية والخارجية.

أما فيما يخص البدائل التسويقية فأهميتها تكتسي نوعا خاصا لأنها ترتبط بأهم وظيفة، إذ يترتب عليها تحليل وتشخيص الحالة التي توجد فيها المؤسسة من مسهلكين، منافسين، موردين،... الخ. وكذا تثبيت الأهداف وتحديد المخطط التسويقي.

ومن كل ما سبق نلاحظ مكانة هاته البدائل في الوظيفة التسويقية على مستوى المؤسسات صارت تعيش في بيئة تتسم يوم بعد يوم بالعدو، وعدم الاستقرار وحدة المنافسة، والتغيرات المفاجئة وغير المتوقعة في بعض الأحيان، الشيء الذي يفرض عليها مواجهة هذه الظروف بوسائل جد حديثة من خلال تبني تكنولوجيات الحديثة " التسويق الالكتروني- التجارة الالكترونية- الأعمال الالكترونية". حيث أصبحت المؤسسات تنافس في إنشاء مواقع لها عبر الشبكة العنكبوتية من اجل عرض تسويق وبيع سلعها وخدماتها للمستهلكين والمستخدمين للشبكة عبر أنحاء العالم. مع طرح إشكالية تمويل المؤسسات لهذه البدائل التسويقية، باعتبار الجانب التمويلي عامل مهم في نجاح أو فشل في برامج ومشاريع التنمية، ويعتبر التمويل المحلي من الضروريات اللازمة والأساسية لقيام التنمية المحلية. لكن لكي تحقق الدول العربية خاصة الجزائر منها الاستفادة من البدائل التسويقية لا بد من توفير بني تحتية تكنولوجية وتنظيمات وتشريعات مواكبة لكل التطورات الحديثة والمستمرة في ميدان الأعمال والتسويق الالكتروني من بين احد هذه التطورات.

## الإشكالية:

انطلاقا مما سبق صيغت الإشكالية الرئيسية للملتقى على النحو الآتي:

ما واقع ممارسات البدائل التسويقية في المؤسسات؟

## الأهداف:

يسعى هذا الملتقى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها ما يلي:

- توضيح الإطار المفاهيمي الخاص بالبدائل التسويقية

- الاطلاع على التشريعات المستحدثة في مجال التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي في الجزائر؛

- تحديد أهم العراقيل التي تواجه خلق وإنشاء المؤسسات وتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر وكيفية مواجهتها؛

- الوقوف على مدى نجاعة التوجه الاقتصادي للدولة نحو تفعيل البدائل التسويقية في المؤسسات، واعتبارها كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر

- التعرف على أهم التجارب العالمية والعربية الرائدة في مجال التسويق الالكتروني والتجارة الإلكترونية

## المحاور

معالجة الإشكالية الرئيسية للملتقى تم تحديد محاور الملتقى على النحو التالي:

المحور الأول: البدائل التسويقية- مدخل نظري

المحور الثاني: السياسات الحكومية ودورها في توفير الإطار التشريعي والقانوني للمؤسسات والتجارة الإلكترونية في الجزائر

المحور الثالث: آليات دعم وتمويل المؤسسات ، وسبل البدائل التسويقية بالجزائر

المحور الرابع: مساهمة البدائل التسويقية في تحقيق التنمية الاقتصادية

المحور الخامس: تطبيقات التجارة الإلكترونية والتحول نحو الاقتصاد الرقمي بالجزائر

المحور السادس: تحديات ومعوقات تفعيل البدائل التسويقية والتمويل المحلي من اجل التحول نحو التجارة الإلكترونية في الجزائر

المحور السابع: تجارب عالمية وعربية رائدة في الاستفادة من البدائل التسويقية والتسويق الإلكتروني.

## أعضاء اللجنة التنظيمية:

سلامي رزيقة رئيسة مصلحة ما بعد التدرج للكلية  
سعيدي محبوبة رئيسة مصلحة التعاون و العلاقات الخارجية للكلية  
ط.د بركان عماد  
ط.د بن رغيدة محمد مهدي  
ط.د اشرف بوزيد درابنة

## استمارة المشاركة:

- الاسم واللقب: .....
- الوظيفة: .....
- الرتبة: .....
- المؤسسة: .....
- الهاتف: .....
- الفاكس: .....
- البريد الإلكتروني: .....
- البريد العادي: .....
- محور المداخلة: .....
- عنوان المداخلة: .....
- .....



## أعضاء اللجنة العلمية:

رئيس اللجنة العلمية: د. زديرة شرف الدين

أ.د مانع سبرينة	جامعة عباس لغرور خنشلة
أ.د. بن منصور ليليا	جامعة عباس لغرور خنشلة
أ.د. بوقرة رايح	جامعة محمد بوضياف-المسيلة
أ.د يحيواوي نعيمة	جامعة الحاج لخضر 01 – باتنة
أ.د شامية بن عباس	جامعة عباس لغرور خنشلة
أ.د. بلقيدوم صباح	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. سامية معتوق	جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي
د. مخزومي لطفي	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي
د. عبد الله بلعيدي	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. شيبان سمير	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. دليلة بلعابد	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. عظيمي دلال	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. بوطرفة صورية	جامعة العربي التبسي-تبسة
د. تكواشت عماد	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. جبباري عبد الجليل	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. حجال السعيد	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. خنافر علي	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. قنطري زليخة	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. هباز ناهد	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. برهوم عليا	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. بشوع سعاد	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. بيبي وليد	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. العايب احسن	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. عصام سليمان	جامعة عباس لغرور خنشلة
د. عدنان حسام	جامعة عباس لغرور خنشلة

## شروط المشاركة

- تكتب المداخلة طبقا للأصول العلمية المتعارف عليها باللغة العربية أو الفرنسية أو الانجليزية في شكل word.
- ينبغي على المشارك تقديم مداخلته مع ملخص محررا باللغتين.
- يتراوح عدد الصفحات بين 15 و 18 صفحة
- أن يكون الموضوع أصليا لم يتم نشره من قبل، ولم يسبق أن قدم في مؤتمرات أو ملتقيات علمية سابقة.
- ترسل المداخلة كاملة
- يتم قبول المداخلات الفردية أو الثنائية.

## تواريخ مهمة:

- آخر أجل لإرسال المداخلة كاملة: 2022/05/15

- الرد على المداخلات المقبولة: 2022/05/24

- ترسل المداخلات عبر البريد الإلكتروني للملتقى:

[optionscommercialisation@gmail.com](mailto:optionscommercialisation@gmail.com)

