



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (دراسة حالة البويرة)
بالتعاون مع:

فرقة مشروع بحث التكوين الجامعي PRFU

"واقع التسويق الإلكتروني في الجزائر ودوره في تحقيق التفوق التنافسي والتأثير على

اتجاهات المستهلك الجزائري"

فرقة مشروع بحث التكوين الجامعي PRFU

"دور الابتكار التسويقي في تفعيل الطلب على المنتجات الوطنية لدى المستهلك

الجزائري"

تنظم الملتقى الوطني الأول حول:

التسويق الإلكتروني كآلية لرفع تنافسية المؤسسات الاقتصادية

المشرفين على الملتقى

رئيسة اللجنة التنظيمية :
د /طحطاح احمد



رئيسة الملتقى :د /وقنوني
باية



الرئيس الشرفي للملتقى:
أ.د/ حياهم عمار (رئيس
الجامعة



المتحدث الاعلامي للملتقى
د /واودي عزالدين



رئيس اللجنة العلمية:
د /حيدوشي عاشور



المشرف العام :د /علام
عثمان (عميد الكلية)



إشكالية الملتقى

في ظل التطور الكبير في عالم التكنولوجيا والمعلوماتية وبسبب المنافسة الحادة بين المؤسسات وسعيها لاقتناص الفرص، ومواكبة التقنيات الحديثة في مجال أعمالها، اتجهت المؤسسات الاقتصادية إلى التسويق الإلكتروني الذي يعمل على توسيع نطاق السوق من المحلي إلى الدولي، وجعل السلع والخدمات متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين، مع منحهم فرصة الاختيار بين المنتجات المتعددة والمتنوعة، كما أنه يعمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات، وتسريع عملية إضافة المنتجات أو تغيير المقترحات البيعية ويساهم في تطوير وسائل الاتصال بينها وبين زبائنها، وانطلاقاً مما سبق تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى الاستفادة من التسويق الإلكتروني بكافة عناصره لتطوير منتجاتها وتوسيع حصتها السوقية وتحقيق التفوق التنافسي في السوق الذي تنشط فيه.

وهذا ما يقودنا لطرح الإشكالية التالية:

كيف يساهم التسويق الإلكتروني في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية؟

محاور الملتقى

ستتم معالجة إشكالية الملتقى من خلال محاور متعددة ترتبط بصورة مباشرة مع الموضوع ويعالج كل منها بعدا أساسيا من أبعاد هذا الملتقى، حيث تم تقسيم هذه التظاهرة إلى المحاور التالية

المحور الأول
الإطار المفاهيمي للتسويق الإلكتروني والتفوق التنافس

01

المحور الثاني
تطبيقات التسويق الإلكتروني في المؤسسات الاقتصادية

02

المحور الثالث
نماذج لمشاريع ومؤسسات إلكترونية بالجزائر

03

المحور الرابع
التسويق الالكتروني في ظل القانون الجزائري.

04

المحور الخامس
العوائق التقنية لتطور التسويق الالكتروني في الجزائر.

05

المحور السادس
مجالات الاهتمام بالتسويق الالكتروني في الدول العربية والعالمية.

06

المحور السابع
سلوك المستهلك الالكتروني الجزائري.

07

المحور الثامن
الابتكار التسويقي الالكتروني.

08

المحور التاسع
عرض تجارب دولية ناجحة في مجال التسويق

09



شروط وملاحظات بخصوص

البحوث المقدمة للملتقى:

الرجاء من المهتمين تسجيل المواعيد التالية
آخر أجل لاستلام المداخلات كاملة مرفقة بملخص واستمارة

المشاركة هو **2021/ 03/07**
يعلم أصحاب المداخلات المقبولة في أجل أقصاه

2021/03/22

- أن لا يتجاوز عدد المشاركين في الورقة البحثية الواحدة متدخلين اثنين.
- أن لا يكون البحث قد سبق وقدم من قبل في أي ملتقى علمي.
- أن يكون البحث ضمن محاور الملتقى.
- مراعاة أسس وقواعد البحث العلمي في البحوث المقدمة لهذا الملتقى
- ترسل المداخلات الكاملة في الموقع التالي:

اللجنة العلمية

جامعة البويرة	د.1/ فراح رشيد
جامعة البويرة	د/ بوداود حميدة
جامعة البويرة	د. حميدي عبد الرزاق
جامعة البويرة	د. بلقاسم رابح
جامعة البويرة	د. راقي دراجي
جامعة البويرة	د. قرينات إسماعيل
جامعة البويرة	د. قاسيمي آسيا
جامعة البويرة	د. لعمري الحاج
جامعة ادرار	د/ عياد ليلي
جامعة المسيلة	د. مير احمد
جامعة سعيدة	د. عبدلي لطيفة
جامعة باتنة 01	د. وسيلة واعر

اللجنة التنظيمية

جامعة البويرة	د. بلمهدي نبيلة
جامعة البويرة	د. مصباح بلقاسم
جامعة البويرة	عبد الكريم نادية
جامعة البويرة	بلقرون راضية
جامعة البويرة	ريحاني امال
جامعة بجاية	عرايبيية محمد كريم
جامعة البويرة	ذياب محمد
جامعة البويرة	عاشور عبد الحكيم
جامعة ادرار	طهيري اسيا
جامعة تلمسان	خلاصي عبد الاله