جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مخبر البحث: رأس المال البشري والأداء

فرقة البحث رقم 3: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في منظمات الاعمال الجزائرية

بالتعاون مع فرقة البحث التكويني الجامعي

الرقمنة التسويقية ودورها في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية في الجزائر

ذات الترقيم F01L01UN160320210003

ينظم الملتقى الوطني الاول بعنوان:

التسويق المسؤول كأحد التوجهات الحديثة في ظل تبني المؤسسات الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية

يوم 03 جوان 2023

الرئيس الشرفي للملتقى: د. مزراق مختار – مدير جامعة الجزائر 3

المشرف العام للملتقى: د. عز الدين سمير – عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

المنسق العام للملتقى: أ.د كيسرى مسعود – مدير مخبر رأس المال البشري والأداء

رئيسة فرقة البحث رقم 3: أ.د سكر فاطمة الزهراء

رئيسة الملتقى: د. إيزيتي خديجة

رئيسة اللجنة العلمية: د. مغلاوي أمينة

رئيسة اللجنة التنظيمية: د. سكر كنزة

رئيسة اللجنة التقنية: د. بعوني ليلى

ديباجة الملتقى:

حدثت في بداية سنوات الستينيات تغيرات جوهرية ذات الصلة بالقضايا الإجتماعية والبيئية، فأبرزت الدور الجديد للمؤسسات والمتمثل في الإلتزامات التي من خلالها تقوم المؤسسة بتحسين نوعية حياة المجتمع الذي تتعامل معه، وذلك بسبب زيادة النقد الموجه للمؤسسات التي ركزت جهودها حول هدف تحقيق الأرباح فقط، ومن هنا ظهر مصطلح المسؤولية الاجتماعية.

تعد المسؤولية الاجتماعية قرارا استراتيجيا تتبناه المؤسسة ويتم تفعيلها بمجموعة من الأنشطة المختلفة، حيث أصبح لزاما على المؤسسة أن تعمل على مقابلة توقعات المجتمع سواءًا من تلقاء نفسها أو تحت ضغط الرأي العام بالوفاء بالمسؤولية الاجتماعية.

لقد تحولت المسؤولية الاجتماعية في النشاط التسويقي من ممارسة طوعية لتصبح جزء من استراتيجيات المؤسساتالاقتصادية للتفاعل مع البيئة بكل متغيراتها، فأصبح التسويق من أهم وأكثر الوظائف التي تتم فيها ممارسات المسؤولية الاجتماعية، كما أنَ الإهتمام المتزايد من قبل رجال التسويق بالنواحي الاجتماعية والبيئية للمستهلكين أدى إلى ظهور توجهات جديدة للممارسات التسويقية في ظل تبني المؤسسات المسؤولية الاجتماعية، ومن بين هذه التوجهات التسويق المسؤول.

في حقيقة الأمر إن المزج بين المسؤولية الاجتماعية والتسويق أدى إلى إستخدام مصطلح آخر هو "التسويق المسؤول" "Le Marketing Responsable" الذي يشير إلى مجموعة من العمليات التي تهدف إلى تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، كما يتمثل دور التسويق المسؤول في تحسين نوعية حياة أفراد المجتمع وزيادة وعيهم وذلك من خلال تقديم أفضل المنتجات التي تساهم في ذلك، بالإضافة إلى تطوير سلوكيات استهلاكية إيجابية.

ومن جانب آخر احتلت الجزائر المركز 124 عالمياً في تقرير World Forum for a Responsible Economy الذي يرصد مدى الانفتاح على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وهو أول تقرير يحاول قياس هذا الجانب عبر 195 دولة، ولقد اعتمد التقرير على عدد من المؤشرات لتقيم انفتاح المؤسسات على المسؤولية الاجتماعية وحسب هذه الاحصائيات فإن الجزائر لا تزال بعيدة بعض الشيء على المراتب المتقدمة، لذلك يتضح لنا ضرورة ترسيخ مفهوم التسويق المسؤول والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية من اجل بناء علاقة ثقة بين المؤسسات واصحاب المصالح وتعزيز المركز التنافسي.

أهداف الملتقى:

- إبراز أهمية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتسويق المسؤول؛
- معرفة مدى اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والأجنبية بالتسويق المسؤول؛
- تقييم الممارسات التسويقية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية والأجنبية وفقا للتسويق المسؤول؛
- عرض أهم القرارات والقضايا المتعلقة بالتسويق المسؤول التي تطبق في مختلف عناصر المزيج التسويقي؛
- معرفة التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في دمج التسويق المسؤول ضمن استراتيجياتها.

محاور الملتقى:

- **المحور الأول:** المسؤولية الاجتماعية كأداة لتعزيز تطبيق التسويق المسؤول في المؤسسات الاقتصادية
- **المحور الثاني:** إسهام التسويق المسؤول في معالجة الآثار السلبية للممارسات التسويقية غير الأخلاقية
- **المحور الثالث:** التسويق المسؤول بين الأداء التسويقي والأداء الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية
- **المحور الرابع:** سبل تفعيل التسويق المسؤول بالتوجهات البيئية في الممارسات التسويقية للمؤسسات الاقتصادية
- **المحور الخامس:** مساهمة التسويق المسؤول في خلق القيمة المشتركة بين أصحاب المصالح والمؤسسات الاقتصادية
- **المحور السادس:** عرض تجارب دولية ناجحة في بناء المرتكزات الأساسية للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتسويق المسؤول

شروط المشاركة في الملتقى:

- أن لا تكون المداخلة قد قدمت للمشاركة في نشاط علمي آخر (ملتقى، يوم دراسي، مجلة علمية.....)؛
- أن تكون المداخلة ضمن أحد محاور الملتقى؛
- أن لا يزيد عدد الباحثين المشاركين في المداخلة عن باحثين اثنين؛
- يجب أن تتضمن المداخلة دراسة حالة تطبيقية أو تجارب عالمية؛
- تكتب المداخلة بأحد اللغات التالية:العربية، الفرنسية، الإنجليزية؛
- تكون كتابة المداخلة طبقا للأصول العلمية المتعارف عليها في البحث العلمي، حيث أنها ستخضع للتحكيم العلمي.

مواعيد ومعلومات مهمة:

1- تاريخ انعقاد الملتقى: 03 جوان 2023
2- آخر أجل لاستقبال المداخلات: 21 ماي 2023
3- شكل وطريقة الإلقاء: حضوري وعن بعد
4- رابط تحميل استمارة المشاركة (اضغط هنا)
5- رابط تحميل شروط كتابة المداخلة (اضغط هنا)
6- ترسل المداخلات عبر البريد الالكتروني التالي:
marketingresponsablerse@gmail.com
7- للاستفسار يرجى الاتصال برقم الهاتف التالي:
0550.39.67.64