

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم

التسيير



تنظم فرقة البحث التكويني الجامعي PRFU

دور استراتيجية المحيط الأزرق في تفعيل العلامة التجارية للمؤسسات الصيدلانية الناشئة-عرض

تجارب-

رمز المشروع: F01L01UN160320210002

بالتعاون مع:

فرقة بحث مشروع مؤسسة

تفعيل دور الجامعة الجزائرية في تنشيط السياحة الداخلية في ضوء توجهاتها الرقمية-دراسة حالة

جامعة الجزائر 3-

وفرقة البحث التكويني الجامعي PRFU

إدارة المعرفة ودورها في تفعيل ممارسات إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية -دراسة ميدانية-

رمز المشروع: F01L02UN160320220002

الملتقى الوطني حول:

التسويق الابتكاري مدخل لتفعيل المقاولتية من خلال مقارنة استراتيجية

المحيط الأزرق

يوم: 2022/11/20

الهيئة المشرفة على الملتقى

الرئيس الشرفي : د. مختار مزرق (مدير الجامعة)

المشرف العام : د. سمير عز الدين (عميد الكلية)

رئيسة (ة) الملتقى: د. لسود راضية

رئيسة (ة) اللجنة العلمية: د. شطيبي حنان

رئيسة (ة) اللجنة التنظيمية: د. نورة سليمان

إشكالية الملتقى:

تعد ظاهرة زيادة الأعمال أحد أهم مؤشرات الوعي المجتمعي والرشد في استراتيجيات وخطط برامج التنمية في المجتمع، حيث تنظر المجتمعات المتقدمة إلى رواد الأعمال على أنهم نماذج قيادية يجب أن يحتذى بها لما يقومون به من أعمال، وما يحققونه من إنجازات وما يوفرونه من فرص استثمارية ووظيفية أمام أجيال متتالية من فئات المجتمع.

في ظل التحولات وعلى اعتبار أن المقاولتية هي أحد الأطراف الفاعلة في النسيج الاقتصادي لمختلف دول العالم باختلاف درجة ومستوى تطورها، كان لزاما عليها التأقلم مع المستجدات الحالية من جهة، ومواجهة المنافسة المستمرة في الأسواق المحلية والدولية من جهة أخرى، بحيث أصبح من أولوياتها تشجيع التجديد والابتكار، ودخول أسواق جديدة، باعتماد أفكار وتقنيات مبتكرة وتكنولوجيات حديثة في نقل المعلومات والاتصال، وتسخيرها لتحقيق نمو اقتصادي دائم ومستدام .

في هذا السياق يعتبر التسويق الابتكاري من أهم المداخل التي يمكن للمقاولتية أن تتبناها ، لكي تتحرر من الحدود الضيقة للمنافسة، وخلق فضاءات جديدة للنمو والتطور .

على ضوء ما سبق يمكن بلورة الإشكال الرئيس للمؤتمر :

كيف يساهم التسويق الابتكاري في تفعيل المقاولتية من خلال مقارنة استراتيجية المحيط الأزرق؟

أهداف الملتقى:

- توسيع افاق وأفكار فرقة البحث من خلال الاحتكاك بالمختصين الأكاديمين والخبراء في الميدان.
- تسليط الضوء على أهمية ودور التسويق الابتكاري في المقاولتية من خلال مقارنة استراتيجية المحيط الأزرق.
- التأكيد على ضرورة الابتكار والتجديد لخلق فرص جديدة للنمو والاستمرار في ظل المنافسة القوية، والازمات المختلفة.
- وصف العلاقة بين التسويق الابتكاري و المقاولتية في ظل تكريس فرص التميز والابداع لمنظمات الأعمال.

▪ محاور الملتقى:

المحور الأول: المقاربة النظرية للتسويق الابتكاري، المقاولتية واستراتيجية المحيط الأزرق؛

المحور الثاني: الاطار القانوني للتسويق الابتكاري والمقاولتية؛

المحور الثالث: دور الريادة الاستراتيجية في صياغة استراتيجية التسويق الابتكاري في المقاولتية

المحور الرابع: أخلاقيات التسويق الابتكاري في مجال المقاولتية

المحور الخامس: الفجوة الرقمية وخلق القيمة المبتكرة ضمن استراتيجية المحيط الأزرق في المقاتلية

المحور السادس: حاضنات الأعمال التكنولوجية والتسويق الابتكاري؛ تحليل واقع استخدام التكنولوجيا (الذكاء الاصطناعي، الانترنت، سلسلة الكتل...)

المحور السابع: نماذج حول التسويق الابتكاري والمقاتلية من خلال مقارنة استراتيجية المحيط الأزرق

المحور الثامن: تجارب عالمية وعربية رائدة في مجال تطبيق التسويق الابتكاري في المقاتلية

اللجنة العلمية للملتقى:

رئيس اللجنة العلمية : شطبي حنان

الأعضاء

الأستاذ	مؤسسة الانتماء	الأستاذ	مؤسسة الانتماء
أ.د بن موسى كمال	جامعة الجزائر 3	د.حفصي هدى	جامعة الجزائر 3
أ.د زايد مراد	جامعة الجزائر 3	د. دادو مراد	جامعة الجزائر 3
د.سليمان نور	جامعة الجزائر 3	د.حواس مولود	جامعة الجزائر 3
د. سعادي خنساء	جامعة الجزائر 3	د. بربارة دليلة	جامعة الجزائر 3
أ.د. عمير جيلالي	جامعة الجزائر 3	د.سكر كنزة	جامعة الجزائر 3
د. ايزتي خديجة	جامعة الجزائر 3	د. بعوني ليلي	جامعة الجزائر 3
د.بريش فايزة	جامعة الجزائر 3	د. لونيس نادية	جامعة الجزائر 3
أ.د.لعسان أسية	المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي	د. بن سيرود فاطمة الزهراء	جامعة قسنطينة 2
د. مزاور أمال	المدرسة العليا للتجارة	د. خنشول أسيا ايمان	جامعة سكيكدة
د. مسكين عبد الحفيظ	جامعة جيجل	د. لتيم خالد	جامعة جيجل
د.عينوس رضوان	جامعة الجزائر 3	د. ايت قاسي فتيحة	جامعة الجزائر 3
د.راشدي سماح	جامعة الجزائر 3	د.رجم نور الدين	جامعة سكيكدة
د.طاهير نادية	جامعة الجزائر 3	د.جبلي هدى	جامعة قسنطينة 2
د. بودغدغ كريم	جامعة جيجل	د. بن حدو سمية خديجة	جامعة وهران

أعضاء اللجنة التنظيمية:

رئيسة اللجنة التنظيمية: د. سليمان نورة			
الأعضاء			
مؤسسة الانتماء	الأستاذ(ة)	مؤسسة الانتماء	الأستاذ(ة)
جامعة الجزائر 3	ط.د. نحاي زكرياء	جامعة الجزائر 3	د. بوالقمح هدى
جامعة الجزائر 3	ط.د. بوختالة أيوب	جامعة الجزائر 3	د. شطبي حنان
جامعة الجزائر 3	ط.د. بن العايب جمال	جامعة الجزائر 3	ط.د. كمال زهرة
جامعة الجزائر 3	د. بوسة ميليسية	جامعة الجزائر 3	ط.د. دوفة بسمة
جامعة الجزائر 3	ط.د. طارق زينب	جامعة الجزائر 3	ط.د. عبيرات تومية

شروط وضوابط المشاركة والكتابة:

- تتاح المشاركة لمختلف الأساتذة الباحثين المهتمين بموضوع الملتقى من داخل الوطن؛
- تعطى الأولوية للمداخلات المرفقة بدراسة حالة؛
- الحد الأقصى للمشاركين في المداخلة هو باحثين فقط؛
- ضرورة الالتزام بأحد محاور الملتقى؛
- تكتب المداخلات باللغة العربية أو اللغات الأجنبية (الانجليزية، الفرنسية)؛
- أن تتصف المداخلة بالجدية والجودة والأصالة، وأن تراعي المنهج العلمي المتعارف عليه، كما يشترط أن تكون غير منشورة من قبل أو تم المشاركة بها في تظاهرات علمية سابقة؛
- تكتب المداخلة باللغة العربية في ملف Word وفقا لخط Sakkal Majalla ، بحجم 15 ، أما باللغات الأجنبية، تكتب بخط Time New Roman حجم 14؛
- يتم التمهيش وفقا لطريقة APA، وتكتب المراجع آليا في آخر المداخلة؛
- أن تحتوي الورقة الأولى من المداخلة على جميع المعلومات المتعلقة بالباحث أو الباحثين (الرتبة العلمية، مؤسسة الانتماء، المخبر، رقم الهاتف وعنوان البريد الإلكتروني، عنوان المداخلة والمحرور الخاص بها)؛

- ترفق المداخلة باستمارة تشمل اسم ولقب الباحث أو الباحثين (الرتبة العلمية، مؤسسة الانتماء، المخبر، رقم الهاتف وعنوان البريد الالكتروني، عنوان المداخلة والمحور الخاص بها)؛

- لا يزيد عدد صفحات المداخلة عن 20 صفحة، ولا يقل عن 10 صفحات مع احتساب الملاحق وقائمة المراجع؛

- تخضع جميع الأوراق البحثية للتحكيم العلمي من قبل أعضاء اللجنة العلمية للملتقى؛

- لا يتحمل الملتقى أي تكاليف.

المعنيون بالمشاركة في الملتقى:

- مختلف الأساتذة الباحثين المهتمين بموضوع الملتقى؛

- طلبة الدكتوراه؛

- أصحاب المشاريع؛

- جميع المهتمين بموضوع الملتقى.

مواعيد مهمة:

- ترسل المداخلات كاملة مرفقة باستمارة المشاركة في أجل أقصاه 2022/10/07 ، إلى البريد الالكتروني

التالي: marketinginnov2022@gmail.com

- يتم الرد على المداخلات المقبولة فقط في أجل أقصاه: 2022/11/07

- تاريخ انعقاد الملتقى: 2022/11/20

- تنشر أحسن المداخلات في مجلة أوراق اقتصادية