



جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مخبر البحث: رأس المال البشري والأداء

فرقة البحث 3: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المؤسسة الجزائرية

بالتعاون مع فرق البحث التكويني الجامعي:

واقع الرقمنة التسويقية ودورها في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية في الجزائر ذات التقييم F01L01UN160320210003

التسويق الرقمي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية – الواقع وآفاق ذات التقييم F01L01UN160320230008

الملتقى الوطني حضوري وعن بعد الموسوم ب:

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

يوم 30 أكتوبر 2024

أهم توصيات الملتقى

- 1- ضرورة اعتبار المسؤولية الاجتماعية خيار استراتيجي في تعزيز التسويق المسؤول في المؤسسات الاقتصادية؛
- 2- اعتماد أداة التقييم الذاتي من طرف المؤسسات لإجراء تعديلات على الممارسات التسويقية كلما اقتضت الحاجة بهدف دمج التسويق المسؤول في أنشطتها؛
- 3- انشاء مصلحة وظيفية تهتم بمراعاة ادماج أبعاد المسؤولية الاجتماعية عند أداء العملية الوظيفية؛
- القيام بنشر الوعي العام لدى أفراد المجتمع بمسؤولية المؤسسة في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والأهداف الاجتماعية؛
- 4- ضرورة وضع استراتيجية تسويقية لدمج التسويق المسؤول في أنشطتها لمواجهة تحديات المنافسة؛
- 5- وضع خطط وبرامج مشتركة من قبل الأطراف المعنية وذلك بهدف نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة؛

- 6- تأسيس كيانات قانونية (وحدات، إدارات) تكون مهمتها تأكيد الالتزام المؤسساتي بالمسؤولية الاجتماعية؛
- 7- ضرورة ألا تنظر المؤسسات حدوث وعي المستهلكين بالاستهلاك المسؤول حتى تقوم المؤسسة بممارسات التسويق المسؤول؛
- 8- يجب على المؤسسات الاضطلاع بمسؤوليتها الاجتماعية والمبادرة الى تطوير وعي المستهلكين بالاستهلاك المسؤول؛
- 9- ضرورة ان تضع إدارة التسويق في المؤسسات التسويق المسؤول ضمن أولوياتها، وان يتم تحقيق الميزة التنافسية من خلال تبني الممارسات المسؤولة اجتماعيا وبيئيا؛
- 10- تعزيز ثقافة التسويق القيمي لدى المؤسسات وذلك من خلال تطوير تفعيل أنظمة حديثة مبتكرة تساهم في تشجيع حملات التوعية لحلق وتعزيز قيم استهلاكية أكثر مسؤولية؛
- 11- ضرورة ترسيخ ثقافة حماية البيئة لدى المؤسسات من خلال تعزيز سلوك المواطنة الإيجابي؛
- 12- بما أن الخيارات البيئية أصبحت مطلبا اجتماعيا فعلى المؤسسات البحث في مجالاتها من اجل اكتشاف فرص تسويقية خضراء واستغلالها؛
- 13- ادراج صفحات خاصة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية التقرير السنوي مع توضيح اهم الإنجازات في هذا المجال؛
- 14- تكثيف جانب الترويج المسؤول في مجال المسؤولية الاجتماعية كأحد اهم الاستراتيجيات الواجب اتباعها؛
- 15- لابد على المؤسسات تكثيف الجهود من اجل تعزيز ثقافة وممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال تطبيقها للتسويق الاجتماعي.

