



جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسويق

مخبر البحث: رأس المال البشري والأداء

فرقة البحث 3: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال في المؤسسة الجزائرية

بالتعاون مع فرق البحث التكعيبي الجامعي:

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

F01L01UN160320230008 التسويق الرقمي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية - الواقع وآفاق ذات الترقيم

الملتقي الوطني حضوري وعن بعد الموسوم بـ:

"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 استراتيжи 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- إنشاء مصلحة وظيفية تهتم بمراعاة ادماج أبعاد المسؤولية الاجتماعية عند أداء العملية الوظيفية؛
- 4- القيام بنشر الوعي العام لدى أفراد المجتمع بمسؤولية المؤسسة في تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاهداف الاجتماعية؛
- 5- ضرورة وضع استراتيجية تسويقية لدمج التسويق المسؤول في أنشطتها لمواجهة تحديات المنافسة؛
- 6- وضع خطط وبرامج مشتركة من قبل الأطراف المعنية وذلك بهدف نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية بأبعادها المختلفة؛

- تأسيس كيانات قانونية (وحدات، إدارات) تكون مهمتها تأكيد الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية؛
- ضرورة ألا تنظر المؤسسات حدوث وعي المستهلكين بالاستهلاك المسؤول حتى تقوم المؤسسة بمارسات التسويق المسؤول؛
- يجب على المؤسسات الاضطلاع بمسؤوليتها الاجتماعية والمبادرة إلى تطوير وعي المستهلكين بالاستهلاك المسؤول؛
- ضرورة أن تضع إدارة التسويق في المؤسسات التسويق المسؤول ضمن أولوياتها، وأن يتم تحقيق الميزة التنافسية من خلال تبني الممارسات المسئولة اجتماعياً وبيئياً؛
- 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؛
- ضرورة ترسیخ ثقافة حماية البيئة لدى المؤسسات من خلال تعزيز سلوك المواطن الإيجابي؛
- بما أن الخيارات البيئية أصبحت مطلباً اجتماعياً فعلى المؤسسات البحث في مجالاتها من أجل اكتشاف فرص تسويقية خضراء واستغلالها؛
- ادراج صفحات خاصة بتطبيق المسؤولية الاجتماعية التقرير السنوي مع توضيح أهم الإنجازات في هذا المجال؛
- تكثيف جانب الترويج المسؤول في مجال المسؤولية الاجتماعية كأحد أهم الاستراتيجيات الواجب اتباعها؛
- لابد على المؤسسات تكثيف الجهد من أجل تعزيز ثقافة وممارسات المسؤولية الاجتماعية من خلال تطبيقها للتسويق الاجتماعي.

