

أولاً: تقديم عام للملتقى:

إن ما يواجهه العالم من تحولات إقتصادية وتطور تكنولوجي فرض تبنى إستراتيجيات جديدة قائمة على الإقتصاد الحر وهذا ما أفرز نوع جديد في مجال الأعمال وهو قطاع المؤسسات الناشئة ، حيث عرفت هاته الأخيرة في السنوات الأخيرة إهتمام كبير من قبل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء ، وانشغلت الحكومات بالدور البارز لهاته المؤسسات في النهوض بالإقتصاد حيث راهن الكثير من الدول على هاته الكيانات الإنتاجية و الخدماتية من أجل دعم اقتصادياتها .

تسعى المؤسسات الناشئة في طبيعتها الى طرح منتجات رائدة في السوق تعمل على إيجاد حلول لمشاكل ليس لها حلول ، أو إيجاد حلول افضل من الموجودة في الوقت الحالي . تنشط أغلبية المؤسسات الناشئة في قطاعات التكنولوجيا ، فهي بذلك مؤسسات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد عليها بشكل رئيسي ، ويرجع ذلك إلى امكانات النمو الهائلة في القطاعات التكنولوجية من جهة ومن جهة اخرى رغبة منها لمواجهة احتياجات التمويل الهائلة .

وبالنسبة للجزائر فالمالاحظ أن هناك اهتمام كبير بموضوع المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال في السنوات الاخيرة سواء من قبل السلطات أو الهيئات الأكاديمية ، إلا أن هذا النوع من المؤسسات يواجه العديد من الصعوبات نظرا لحدائثة عهده في الجزائر . لذلك بذلت الحكومة مجموعة من الجهود تخفيف الفجوة الإدارية حول هذه المؤسسات سواء من ناحية التمويل أو من ناحية المرافقة والدعم وتشجيع حاملي المشاريع لتحويل أفكارهم الإبداعية إلى مؤسسات ناشئة.

إن الاعتماد على الأنشطة التسويقية لمختلف المؤسسات يأخذ أهمية كبيرة كونها تساعد على انتقاء أفضل الخيارات الاستراتيجية وترشيد القرارات التسويقية للمؤسسة لتحقيق الميزة التنافسية من خلال تعريف أكثر دقة للسوق وفهم أكبر للزبون .

ونظرا لدور المؤسسات الناشئة في دفع عجلة التنمية الإقتصادية وتحقيق التنوع الإقتصادي وكذا امتصاص البطالة ، برزت الحاجة إلى البحث عن طرق لتشجيعها وتحسين أدائها والعمل على تنويعها في شتى المجالات ، ومن

المجالات ، ومن بين هاته الطرق الإعتماد على استراتيجيات وأنشطة تسويقية فعالة .

ومن هذا المنطلق نقوم في هذا اللقاء العلمي بتسليط الضوء على أهمية الممارسات والأنشطة التسويقية في مساعدة المؤسسات الناشئة في الإنطلاق أولاً ثم النمو ، منطلقين من الإشكال التالي:

إلى أي مدى تساهم الأنشطة التسويقية في

تحسين و تفعيل أداء المؤسسات الناشئة ؟

ثانياً: أهداف الملتقى :

يسعى هذا الملتقى إلى تحقيق جملة من الأهداف من أهمها ما يلي:

- التعرف على المفاهيم المتعلقة بالأنشطة التسويقية والمؤسسات الناشئة.
- أهمية تبنى استراتيجيات تسويقية واضحة وفعالة للمؤسسات الناشئة.
- تسليط الضوء على أهمية استخدام الأدوات و الأنشطة التسويقية في إنشاء وتوسيع المؤسسات الناشئة .
- تبادل الخبرات العلمية والأكاديمية والعملية ونقل تجارب دولية ووطنية ناجحة في إنشاء وسير المؤسسات الناشئة.
- الإستفادة من تجارب المؤسسات الناشئة نجحت في تطبيق الأنشطة التسويقية لضمان نجاحها وإستمراريتها.
- سيكون الملتقى يهدف إعطاء أبعاد عملية لتبادل الخبرات ووجهات النظر.



جامعة زيان عاشور - الجلفة -
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
وبالإشتراك مع

مخبر بحث الطرق الكمية في العلوم الاقتصادية وعلوم
إدارة الأعمال وتطبيقاتها من أجل التنمية المستدامة -
جامعة الجلفة-

و فرقة PRFU الإستثمار السياحي في الجزائر كآلية
للتنوع الإقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة

ينظم الملتقى الوطني الافتراضي الأول حول:

" دور الأنشطة التسويقية في تفعيل

أداء المؤسسات الناشئة"

يوم: 2023/03/09

الرئيس الشرفي للملتقى:

أ.د/ عيلام الحاج (مدير الجامعة)

المشرف العام:

أ.د/ حميدة المختار (عميد الكلية)

مدير المخير: أ.د/ ضيف احمد

رئيس الملتقى: د. بن علي احسان

نائب رئيس الملتقى: أ.د. يحيواوي عبد الحفيظ

المنسق العام للملتقى: د. عز الدين علي

رئيس اللجنة العلمية: د. قرن خيرة

نائب رئيس اللجنة العلمية: د. مرزق سعد

رئيس اللجنة التنظيمية: د. بونسي مصطفى

نائب رئيس اللجنة التنظيمية: د. بن نبلي جميلة

خامسا: الجهات والفئات المدعوة للمشاركة:

- الأساتذة الباحثون وطلبة الدكتوراه؛
- الخبراء والإطارات على مستوى مختلف مصالح وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة.

سادسا: مواعيد مهمة:

- اخر أجل لاستقبال المشاركات العلمية كاملة: **31 جانفي 2023**؛
- يتم الرد على المشاركات: **24 فيفري 2023**؛
- توجه كل المداخلات بصيغة Word، عبر البريد الإلكتروني:

djelfamarketing17@gmail.com

رابعا: شروط وآليات المشاركة:

- على الراغبين في المشاركة تقديم أوراق بحثية مكتملة في أحد المحاور المدرجة باللغة (العربية، الإنجليزية)، مع مراعاة الشروط التالية:
- أن يلتزم الباحث بالمنهج العلمي الرصين، والبحث القائم على النقد والتحليل؛
- أن يكون البحث غير منشور ولا مستل أو مشارك فيه بتظاهرة علمية سابقة؛
- تكتب البحوث بخط Traditional Arabic مقياس Times New Roman 14 للبحوث باللغة العربية وبخط Times New Roman 12 بالنسبة للبحوث باللغة الأجنبية؛
- يتم قبول المداخلات الفردية والثنائية فقط؛
- أن يقدم الباحث ملخصا بلغتين على ألا يتجاوز 300 كلمة، وأن لا يتجاوز عدد صفحات البحث 16 صفحة.



ثالثا: محاور الملتقى الوطني:

- **المحور الأول:** الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة والأنشطة التسويقية.
- **المحور الثاني:** تطبيقات بحوث التسويق ودراسة السوق في المؤسسات الناشئة.
- **المحور الثالث:** المؤسسات الناشئة بين التطبيقات الإلكترونية والتسويق الإلكتروني.
- **المحور الرابع:** الإبداع و الابتكار في المؤسسات الناشئة خارج التطبيقات الإلكترونية والتسويق الإلكتروني.
- **المحور الخامس:** المشاكل والتحديات المصاحبة لممارسة المؤسسات الناشئة للأنشطة التسويقية.
- **المحور السادس:** عرض نماذج لتجارب دولية ومحلية ناجحة للمؤسسات الناشئة.
- **المحور السابع:** قراءة في قرار 1275 الصادر عن وزارة البحث العلمي والتعليم العالي.

