

يوم دراسي حول:

## التحول الرقمي للمؤسسات والتطبيقات الحديثة للتسويق الالكتروني

يوم: 18 جوان 2019

الرئيس الشرفي لليوم الدراسي: الدكتور شاعة عبد القادر

رئيس اليوم الدراسي: الدكتور لحرمر عباس

منسق اليوم الدراسي: الدكتور بن زيدان حاج

رئيس اللجنة العلمية: الدكتور مباني يوسف

نائب رئيس اللجنة العلمية: الدكتور مكايوي محمد الأمين

رئيس اللجنة التنظيمية: الدكتور بوضراف الجيلالي

نائب رئيس اللجنة التنظيمية: عكرمي حمو محمد

أولاً: إشكالية اليوم الدراسي:

تمر المؤسسة الاقتصادية بتطورات جوهرية توازيا مع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية التي حدثت خلال الربع الأخير من القرن الماضي، والذي شهد توسعا كبيرا في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي فجرت ثورة هائلة في نظم الاتصال والمعلومات، وساهمت في اندماج وارتباط مختلف الأطراف العالمية في منظومة مالية وإعلامية واحدة، فالتطبيقات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي أدت إلى إحداث التحول الرقمي للمؤسسات والانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية للأعمال، وهذه التغيرات دفعت إلى ضرورة التعامل مع هذه التحديات والاستفادة من الفرص المتاحة في هذا المجال، ومن المحتمل أن يؤثر التحول الرقمي على تنظيم المؤسسات ويدفعها إلى ضرورة تطبيق استراتيجيات جديدة في التسيير والإدارة تركز فيما بشكل كبير على المعطيات المعلوماتية، خاصة فيما يتعلق بإدارة العلاقات مع الزبائن وتخطيط موارد المؤسسات، وممارسة التسويق الالكتروني، فلقد أتاحت هذه التكنولوجيا للمؤسسات أن تخدم أسواقا أوسع وأكثر من خلال الاتصال وتبادل المعلومات عبر شبكة الانترنت، بالإضافة إلى مساهمتها في إحداث مجموعة من التأثيرات على كيفية ممارسة عملية التسويق ورسم السياسات والخطط والبرامج التسويقية، حيث أن تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نشاط المؤسسة

وتحولها الرقمي كلها عوامل غيرت من شروط الإنتاج وتبادل المعطيات المعلوماتية، ومنذ الدخول في العصر الرقمي، أصبحت التطبيقات الحديثة للتسويق الالكتروني فاعلا رئيسيا في مختلف المجالات، حيث تغلغت أدوات الاتصال الحديثة في تفاصيل حياة المجتمعات، فالأجهزة الرقمية موجودة في كل مكان، عند الزبائن والموظفين وداخل المؤسسات، وهذا يدعم المؤسسات والعملاء في تحقيق النمو في أعمالهم وأهدافهم المهنية طويلة الأجل عبر توفير مجموعة كبيرة من الخدمات الرقمية نتيجة هذا التحول.

انطلاقا مما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية: إلى أي مدى ساهم التحول الرقمي للمؤسسات في تطوير الإستراتيجية التسويقية في المؤسسة؟

## ثانيا: أهداف اليوم الدراسي:

- الوقوف على كيفية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التحول الرقمي للمؤسسات؛
- إثراء النقاش حول التحول الرقمي للمؤسسات ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التخطيط الاستراتيجي التسويقي للمؤسسات؛
- التعرف على التوجهات الحديثة للتسويق، وكيفية الاستفادة من التطبيقات الحديثة للتسويق الإلكتروني؛
- إبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكيفية إدماجها في مختلف الوظائف لاسيما الوظيفة التسويقية؛
- التعرف على المعوقات الأساسية لتنمية وتطوير التطبيقات الحديثة للتسويق الإلكتروني في المؤسسات؛
- التعرف على التجارب الناجحة لبعض المؤسسات الاقتصادية في مجال التحول الرقمي؛

## ثالثا: محاور اليوم الدراسي:

- المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول الرقمي للمؤسسات.
- المحور الثاني: مؤشرات وآليات التحول الرقمي للمؤسسات.
- المحور الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطبيقات الحديثة للتسويق الإلكتروني.

المحور الرابع: التحول الرقمي للمؤسسات و التخطيط الاستراتيجي التسويقي.

المحور الخامس: الاتصالات التسويقية الحديثة و الانعكاسات السلبية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الزبون

## رابعا: شروط المشاركة:

- تحرر المشاركات باللغة العربية على ورق حجم (A4) باستخدام خط SAKKAL MAJALLA ، مقاس 14 للنص، 12 لهوامش، مسافة 1 بين الأسطر، وهوامش 5,2 على كامل الاتجاهات، أما باللغات الأخرى باستخدام خط Times new Roman ، مقاس 12 للنص، 10 لهوامش، مسافة 1,5 بين الأسطر، وهوامش 2,5 على كامل الاتجاهات.
- التقيد بالمنهج العلمي المتعارف عليه في إعداد البحوث العلمية.
- تتضمن الصفحة الأولى من الورقة البحثية نبذة موجزة عن السيرة الذاتية للباحث.
- ينبغي أن لا يتجاوز عدد صفحات الورقة البحثية المقدمة 15 صفحة على الأكثر، بما في ذلك قائمة المراجع والملاحق.
- أن لا يكون البحث قد سبق نشره في مجلة علمية أو عرضه في ملتقيات أو فعاليات علمية أخرى.

- لا تقبل المداخلات التي تتضمن أكثر من باحثين.
- ضرورة إرفاق البحث بمخلص بلغة المقال وبلغة أخرى، على أن لا يتجاوز 10 أسطر على الأكثر
- تخضع جميع الأبحاث المقدمة للتحكيم العلمي من طرف اللجنة العلمية لليوم الدراسي.

- تدوين المراجع يكون في آخر المقال وبعتماد أسلوب:

American Psychological Association (APA)

<http://support.office.com/fr-fr/article/APA->

<http://support.office.com/fr-fr/article/APA->

<http://support.office.com/fr-fr/article/APA->

<http://support.office.com/fr-fr/article/APA->

## خامسا: مواعيد هامة:

- آخر أجل لإرسال المداخلة كاملة 05 جوان 2019.
- الرد على المداخلات المقبولة 14 جوان 2019.
- فعاليات اليوم الدراسي 18 جوان 2019.

## سادسا: المراسلات:

ترسل المداخلات كاملة باسم رئيس اليوم الدراسي على البريد الإلكتروني التالي:

[abbess.lahmar@univ-mosta.dz](mailto:abbess.lahmar@univ-mosta.dz)

للاستفسار والاستعلام يمكنكم الاتصال برئيس اليوم الدراسي

عن طريق الرقم التالي: 00213783192861