

يوم: 22 فيفري 2024 م

الملتقى الوطني عبر تقنية التحاضر عن بعد حول:

واقع وأهمية التسويق الدولي في رفع حركة التجارة الخارجية



الهيئة المشرفة على الملتقى:

المشرف العام للملتقى الدكتور: برياطي حسين، عميد
كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

الرئيس الشرفي للملتقى أ.د. بودراح إبراهيم ،
مدير جامعة مستغانم

نائبة رئيسة الملتقى :د. حجارأسية

رئيسة الملتقى: د. عتيق عائشة

نائب رئيسة اللجنة العلمية : د.الهروشي خطاب

رئيسة اللجنة العلمية : د.قبايلي حاجة

نائب رئيسة اللجنة التنظيمية : شرارة وليد

رئيسة اللجنة التنظيمية : د.عتيق خديجة

رئيسة لجنة صياغة التوصيات : بلهادف رحمة

منسق الملتقى : بوطغان محمد عبد الرزاق

إشكالية الملتقى:

التسويق الدولي هو النشاط الذي يمارس عبر الحدود المحلية إلى الحدود الخارجية مخترقاً كافة الحواجز والعوامل البيئية في الأسواق الجديدة مثل القيود الاقتصادية والسياسية والقانونية المختلفة، بالإضافة إلى عامل المنافسة والخبرة التسويقية في الأسواق الخارجية.

يأتي تعقيد التسويق الدولي في التفاصيل. بينما يتم التسويق المحلي في نفس البلد، فإن التسويق الدولي هو أي شيء يحدث خارج حدود تلك الدولة، مع التركيز على الفروق الدقيقة في التحدث إلى هذا الجمهور الدولي ومحاولة فهم الثقافة واللغة (عند الاقتضاء) والعادات التي قد لا تكون مألوفة لعلامتك. عند التوسع في الأسواق الدولية، يجب أن تفهم المماركات الطرق الصحيحة للوصول إلى الجمهور في تلك المناطق من خلال رسائلها. قد يأتي ذلك في شكل حاجز لغوي، أو حتى شيء دقيق مثل القاعدة الثقافية التي قد لا تنطبق على جمهورك المحلي. الجزء المهم من التسويق الدولي هو النية والبحث. إن إجراء أبحاث تسويقية دولية مقدماً وتطوير استراتيجيات تسويق دولية خاصة بالجمهور الجديد الذي يتفاعل معه منتج أو خدمتك سيحدث فرقاً كبيراً عندما يتعلق الأمر بما إذا كانت غزوك في السوق الدولي ناجحاً وهذا بناء على شبكة التوريد لديك وهي من أساسيات التجارة الدولية.

وعلى هذا الأساس، يمكن بلورة إشكالية الملتقى فيما يلي:

ما مدى مساهمة التسويق الدولي في تعزيز التجارة الخارجية؟

أهداف الملتقى:

- إبراز أهم العوامل والدوافع لتحول المؤسسات للأسواق الدولية.
- التعريف بالهياكل القاعدية المساندة لتعزيز التجارة الخارجية.
- التعرف على أهم التجارب العربية والدولية في المجال.
- واقع المؤسسات الجزائرية في مجال التسويق الدولي.

محاورة الملتقى:

- المحور الأول: المقاربات النظرية حول التسويق الدولي والتجارة الخارجية.
- المحور الثاني: التسويق الدولي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- المحور الثالث: الاستراتيجيات الحديثة للتسويق الدولي في اختراق الاسواق الدولية
- المحور الرابع: التسويق الالكتروني وعلاقته بالتسويق الدولي.
- المحور الخامس: عرض تجارب الدول العربية والاجنبية في تطبيق إدارة التسويق الدولي

شروط المشاركة:

- أن يكون البحث ضمن محاور الملتقى المذكورة؛
- أن لا يكون البحث منشوراً أو مقمدا للنشر أو مشاركا به في ملتقيات أخرى؛
- يحزر البحث باللغات الآتية: العربية، الانجليزية والفرنسية؛

- تتضمن الصفحة الأولى من البحث: اسم ولقب الباحث، مؤسسة انتمائه، رتبته، رقم هاتفه والبريد الإلكتروني، محور المداخلة، عنوان المداخلة، بالإضافة إلى ملخصين أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الانجليزية حيث يتضمن الملخص الهدف من البحث وأهم النتائج التي تم التوصل إليها؛
- ألا يتجاوز البحث 20 صفحة وألا يقل عن 15 صفحة إتباعاً للمقاييس التالية:
 - حجم الورقة: 17\24، الهوامش: علوي/سفلي: 1,50، يمين/يسار: 1,50
 - البحث المنجز باللغة العربية يكون محرراً بخط (Traditional Arabic) حجم 15 مع استخدام مسافة 01 ما بين الأسطر؛
 - البحث المنجز باللغة الأجنبية يكون محرراً بخط (T.New Roman) بحجم 13 مع استخدام مسافة 1,15 ما بين الأسطر؛
 - الاعتماد على نظام APA في التوثيق وكتابة المراجع؛
- تخضع جميع البحوث المرسله للتحكيم العلمي من قبل الهيئة العلمية للملتقى؛
- ترسل البحوث في نسخة واحدة في ملف (Word) إلى البريد الإلكتروني:

mostaseminaire@gmail.com

مواعيد هامة:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 05 فيفري 2024 15 فيفري 2024 18 فيفري 2024 22 فيفري 2024 | <ul style="list-style-type: none"> ■ آخر أجل لإرسال البحوث كاملة : ■ الرد على البحوث المقبولة : ■ ارسال برنامج الملتقى : ■ تاريخ انعقاد الملتقى : |
|--|---|



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية والعلوم المالية والمحاسبية

بالتعاون مع فرقتي البحث (PRFU)

ترقية الاستثمار المحلي كألية للتنوع الاقتصادي في الجزائر: تحليل واستشراف

رمز المشروع: F02N01UN270120220003

و

إدارة المعرفة كأسلوب ابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

رمز المشروع: F01L01UN270120210001

يوم: 22 فيفري 2024 م

الملتقى الوطني عبر تقنية التحاضر عن بعد حول:

واق وأهمية التسويق الدولي في رفع حركة التجارة الخارجية

استمارة المشاركة

الاسم واللقب:

الوظيفة/الرتبة:

المؤسسة:

الهاتف:

البريد الالكتروني:

محور المداخلة:

عنوان المداخلة:

الملخص:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

الكلمات المفتاحية:

ملاحظة هامة: ترسل هذه الاستمارة مع المداخلة كاملة في "ملف word إلى البريد الإلكتروني التالي:

mostaseminaire@gmail.com